

PROYECTO DE GRADUACION

Trabajo Final de Grado

Laboratorio andrógino

Proyecto de co-diseño

Vanina Lifschitz

Cuerpo B del PG

12/09/12

Diseño de moda

Proyecto Profesional

Nuevos profesionales

Indice

Introducción	1
Capítulo 1: El vestir	
1.1 Breve historia de las prendas femeninas y masculinas	6
1.1.1 La prisión del corsé	17
1.2 La moda: presente y futuro	18
Capítulo 2: Apariencia: búsqueda identitaria	
2.1 La belleza	21
2.2 La sustitución de un cuerpo recibido por un cuerpo construido	22
2.3 Búsqueda identitaria	23
2.4 La apariencia: espejo de la personalidad	25
Capítulo 3: Ser andrógino	
3.1 Ser andrógino según Platón	29
3.2 La disyuntiva entre sexo y género	31
3.3 Diversidad sexual	33
3.4 Identidad Sexual	35
3.4 Teoría <i>queer</i>	36
3.5 ¿El lenguaje es sexista?	38

3.5.1 La arroba no es una letra	40
---------------------------------	----

Capítulo 4: La sustentabilidad

4.1 Materializando la sustentabilidad	42
---------------------------------------	----

4.2 Fibras naturales vs. Fibras sintéticas	46
--	----

4.3 La economía y la moda	47
---------------------------	----

4.4 Hacia un comercio justo	50
-----------------------------	----

3.5 Moda ética en América Latina	52
----------------------------------	----

3.6 Empresas responsables	55
---------------------------	----

Capítulo 5: Interpretación tipológica

5.1 Los elementos del diseño	58
------------------------------	----

5.2 Anatomía en movimiento	61
----------------------------	----

5.2.1 Definir la moldería	62
---------------------------	----

5.3 Funcionalidad morfológica	62
-------------------------------	----

5.3.1 Prendas internas y externas	64
-----------------------------------	----

5.3.2 Abertura y cierre	65
-------------------------	----

5.4 La intervención del usuario en el diseño	66
--	----

Capítulo 6: Desarrollo del Proyecto Profesional: “Laboratorio Andrógino”

6.1 Introducción al co-diseño	68
-------------------------------	----

6.1.1 Contexto de co-diseño	69
6.2 La conformación de Laboratorio Andrógino	70
6.3 Presentación del Proyecto	72
6.4 Diseñar para facilitar	75
Conclusiones	77
Lista de Referencias Bibliográficas	

Introducción:

El presente Proyecto de Grado está incluido en la categoría de Proyecto Profesional. La autora parte del análisis de una necesidad social, que es la integración de los individuos, para culminar con un proyecto denominado Laboratorio Andrógino. Propone individualizar al usuario adaptando las prendas según su estilo personal.

La indumentaria industrializada establece un límite vestimentario, a la mujer y al hombre, que le impide identificarse con el producto, homogeneizando las prendas según los códigos sociales establecidos en cada temporada. El usuario no se reconoce y, a su vez, desconoce la composición y las relaciones de producción en la cadena de valor.

El Proyecto tiene como premisa diseñar a partir de prendas que la persona interesada ya posea. La idea de co-diseño propone que el diseñador ejerza el rol de facilitador del usuario y que éste, al mismo tiempo, tenga la posibilidad de elegir, según su estilo, qué modificaciones le gustaría realizarle a su prenda. Se llevará a cabo mediante el trabajo conjunto de las ideas del usuario y las interpretaciones del diseñador para poder materializarlo.

De Ventos, X. R (2007) define estilo como: “aquella forma que responde a la necesidad de expresar una nueva perspectiva o contenido de la realidad social o cultural.” (De ventor, 2007).

El tema a desarrollar pretende eliminar la divergencia genérica de las prendas, adaptándose a los deseos del usuario. En este sentido se advierte en términos hipotéticos la falta de integridad en los géneros,

Hay que pensar al género como categoría analítica útil para negar el carácter fijo y permanente de la oposición binaria hombre-mujer y deconstruir históricamente el proceso de estos términos, sin olvidar que el sexo como herencia biológica y el género como normas culturales son categorías distintivas relacionadas, pero no constituyen una identidad isomórfica. (Mociulsky, 2010, p.49).

A su vez, para contribuir con el planteamiento, el Proyecto será andrógino: el origen etimológico de la palabra andrógino es griego, deriva de *andros*, 'hombre' y *ginos*, 'mujer'. Este concepto se desarrollará para integrar al ser en el estado primordial, como individuo, sin diferenciación de sexo, presentando igualdad en la identidad sexual dentro del constructivismo social, éste, refiriéndose a que el conocimiento además de formarse a partir de las relaciones de la persona con el ambiente, se le adhiere el factor del entorno social. Esto significa que no se considerará pertinente la procedencia genérica de la prenda, es decir, el usuario tiene la posibilidad de querer reutilizar una tipología perteneciente al sexo opuesto para adaptarla al contexto actual o transformarla en una nueva con la que se sienta identificado.

La temática surge luego de haber cursado la materia de Diseño V dictada por el profesor Gustavo Lento Navarro, que proponía como consigna indagar acerca del *Homo viator*, hombre en tránsito es su interpretación en español. Este último hace referencia a interpretar la vida como un viaje, aunque, principalmente, comprender al ser humano contemporáneo. Eso conllevó al análisis de la posibilidad de dessexualizar los cuerpos, aunque suponía exponer a los cuerpos a lucir isomorfos. Por lo tanto, privilegió la integración que consistía en aceptar al hombre y a la mujer como personas, sin considerar su orientación sexual. A partir de ese momento, surgió la premisa de denominar al usuario como un ser andrógino, capaz de expresar a través del uso de la vestimenta, el estilo personal, sin tener que asumir algún rol.

En primera instancia se procederá a una investigación histórica sobre el vínculo entre la vestimenta masculina y femenina en el contexto de la cultura visual. De esta manera, se tendrá en cuenta la complementariedad de la heterosexualidad como normativa en la indumentaria y las identidades binarias como construcción social. Se planteará el modo en que los cuerpos adoptan los discursos, dependiendo de los diferentes contextos y épocas. Dicha indagación

definirá el marco conceptual dentro del cual se desarrollará el proyecto.

La “moda”, siguiendo a Lipovetsky G. (2004), se entenderá como “uno de los espejos donde se ve lo que constituye nuestro destino histórico más singular: la negación del poder inmemorial del pasado tradicional, la fiebre moderna de las novedades, la celebración del presente social.” (Lipovetsky, 2007, p.11).

La autora se basará en la corriente teórica iniciada por Wucius Wong (1969) para encausar la temática referida al diseño y a Sue Jenkin Jones (2012) que lo especifica en Moda. En cuanto al aspecto sociológico de las modas se tomará como referencia a Gilles Lipovetsky (2004) y Susana Saulquín (2010).

Desde principios del siglo XX, el poder de los medios de comunicación se ha ido incrementando, logrando establecer un determinado modelo estético dominante, representado por la delgadez y la juventud. La moda ha contribuido con las normas estéticas del cuerpo, connotando “perfección”, destinado a una minoría, generando la exclusión de la mayoría restante.

Dentro de este contexto de desigualdad y perfeccionismo, la sustentabilidad es un componente que la industria de la moda ha subestimado. Atendiendo a esta temática, y desde una visión integradora de la realidad humana, la autora observa la necesidad de proponer una práctica de la moda que respete un mundo de equidad natural y prosperidad humana. Es necesario que los diseñadores piensen no sólo en los productos sino en un cambio en el paradigma y en los procesos.

Los objetivos secundarios son: investigar la vinculación histórica entre la vestimenta femenina y masculina, indagar acerca del culto de la belleza femenina y el mercado del cuerpo, y abordar a la sustentabilidad como un factor imprescindible para la moda. Por último, analizar los

recursos constructivos y decorativos para contribuir con la calidad de la prenda.

Se realizará una investigación de alcance descriptivo a través de la cual se buscará, en primer lugar, detallar la relación de las prendas femeninas y masculinas en los distintos contextos históricos. Luego se explicará la divergencia entre sexo y género y se desarrollará la importancia de comenzar a pensar en términos de sustentabilidad.

La autora considera que la posibilidad de ejercer un nuevo rol para el diseñador de indumentaria, impulsaría a considerar a la moda como un medio que pretende eliminar la divergencia, estableciendo un vínculo igualitario y cooperativo con el usuario. Por lo tanto, Laboratorio andrógino se ubica en la línea temática denominada Nuevos profesionales.

El proyecto se articula en seis capítulos:

En el capítulo 1 se investigará el vínculo entre las ropas femeninas y masculinas a lo largo de la historia. Se aludirá a la vestimenta como una muestra de divergencia genérica y jerárquica dentro de la sociedad. Posteriormente, se encuadrará al corsé como prenda de subordinación de las mujeres y por último, se hará referencia a la situación actual de la moda y la perspectiva a futuro.

En el capítulo 2 se abordará el concepto de belleza como influyente en la conformación de la apariencia. Asimismo, se expondrán los estereotipos impuestos de la juventud y la delgadez. A su vez, contará brevemente la historia de la evolución de la conformación de la imagen.

En el capítulo 3 se explicará el origen mitológico del término andrógino. A su vez, se expresarán las diferencias entre sexo y género, y se describirá en qué consiste la identidad sexual y la orientación sexual. Asimismo, se tomará como referencia a Judith Butler, que ha sido la primera feminista en separar al sexo del género, postulando la teoría *queer*. Posteriormente, se analizarán diferentes puntos de vista para determinar si el lenguaje es o no

sexista.

En el capítulo 4 se desarrollarán los elementos que contribuyen a optimizar las cualidades de un diseño. Asimismo, se expondrán los requerimientos que se deben tener en cuenta para contribuir con la movilidad del usuario e incrementar las ocasiones de uso mediante la materialidad y la funcionalidad.

En el capítulo 5 se desarrollará el significado de sustentabilidad y las diferentes maneras de poder llevar a cabo un proyecto de diseño teniendo como parámetro la preservación del bienestar del usuario y el cuidado del Medio ambiente. A su vez, se explicará en qué consisten las tres erres: Reducir, Reciclar y Reutilizar. Luego, se comentará acerca del comercio justo como un medio para integrar la sustentabilidad en el plano social.

Capítulo 1: El vestir

En el presente capítulo se desarrollará brevemente la historia de la vestimenta referida al fluctuante vínculo entre las mujeres y los hombres, mencionando los principales puntos de inflexión entre las divergencias genéricas y las clases sociales. Luego, se enmarcará al corsé como ejemplo de sumisión de las mujeres. Por último, se mostrará la situación actual de la moda y el panorama a futuro.

1. 1 Breve historia de las prendas femeninas y masculinas

El vestir es una actividad que utiliza al cuerpo como soporte estético, al que se le atribuyen diferentes significados según el contexto. A lo largo de la historia, la indumentaria ha impuesto a mujeres y a hombres, dependiendo de los factores sociales, económicos y culturales, la manera en que debían cubrir sus cuerpos.

Según Susana Saulquín (2006), previo a la aparición de la moda, en el siglo XIV, hombres y mujeres en general se vestían de forma semejante. Por ejemplo, se igualaban en la túnica romana, aunque la manera de sujetarla marcaba el sexo y la condición social. Sin la lógica de la moda pautando los cambios, los mismos atuendos perduraron durante siglos con escasas transformaciones. Así, en la Edad Media, la falta de diferenciación se mantuvo e

incluía la calidad y el tipo de tela, como los hilos alemanes y los algodones de las fábricas de los árabes en España.

Con el florecimiento de la vida cortesana y caballeresca, los trajes femeninos y masculinos alcanzaron un alto grado de similitud entre sí, dificultando su diferenciación. Esto coincidió con cierta tendencia a la idealización femenina, generalmente más retórica que efectiva, movimiento que se puede rastrear en los trovadores y los poemas épicos. No obstante, la educación femenina fue quedando relegada y el rol de la mujer se redujo en pos de la procreación para sostener estados amenazados por conflictos y pestes.

En el Renacimiento, la necesidad de lujo en las vestimentas masculinas había llegado a su máximo apogeo, también como reacción a la estética medieval. Comenzó una brillante época para la cultura, en la que se exaltaba el culto a la belleza en las letras, las artes y, por supuesto, el vestido. Así, el boato transformaba tanto la vestimenta cortesana como la aristócrata.

Se establecieron las leyes suntuarias, que hacían visible el orden social y limitaban el consumo de productos de lujo y de importación. Se instauraron en un momento de inestabilidad política debido a las guerras de religión y al incremento de poder de la burguesía, que accedía a un lujo del que la aristocracia ya no tenía el monopolio. Valían para reforzar el orden luchando en contra de la usurpación del estatuto.

Las leyes, mientras pretendían resguardar el orden tradicional, determinaban qué tipo de prendas y colores podían ser utilizados dependiendo de la jerarquía social, permitiendo identificar y separar las clases y las actividades sociales. Documentan la vestimenta de la época, describiendo las telas, piezas, adornos lujosos, joyas, como también, las prohibiciones en el vestir. Contribuyeron a la construcción de género y a la diferenciación

social, que implica la discriminación de las mujeres y de los grupos menos valorados. (Bard, 2012, p. 25).

La gran crisis del siglo XVII tuvo importantes consecuencias sociales en Europa. El prestigio español, debido al descubrimiento de América, incidió en la presentación del austero estilo español flamenco como modelo a seguir en las vestimentas masculinas, en reemplazo del estilo italiano. El uso del negro se extendió e influyó también en las formas de vestir femeninas. Desde entonces, poder y prestigio se asociaron con la sobriedad del negro y este color fue adoptado por la ascendente burguesía para distinguirse de la nobleza. Desde la Reforma, también se promovía la discreción y se ridiculizaba la suntuosidad de las Cortes católicas.

El grupo social dominante de cada época fue imponiendo las formas del vestir a lo largo de la historia. En el siglo XVIII, las leyes suntuarias se consideraron una intrusión en las libertades individuales. Con el ascenso de la burguesía al poder y la influencia cada vez más notoria de protestantes se apartaron los terciopelos, las sedas, los ornamentos y colores brillantes que habían sido hasta entonces privilegio de la nobleza.

Desde Inglaterra, la influencia sobre el vestuario masculino de las clases superiores impulsó a mediados del siglo XVIII a un aspecto más informal, que facilitaba a los aristócratas a realizar sus actividades al aire libre, cazar, montar a caballo. En cambio en París, el estilo empleado por Inglaterra tenía una connotación política liberal. El traje francés posee un cuello recto y rígido, en cambio el inglés, tiene un cuello vuelto, de paño de lana y es flexible. (Chenoune, 1993, p.26).

La emergente sociedad de clases asignó un sistema de vestir que expresaba los posibles cambios internos en el orden social y las nuevas identidades colectivas. En esta etapa surge la moda con creaciones constantes, estilos estéticos y cambios basados en las jerarquías

sociales. La alternancia en la estructura social, debido al liderazgo de los valores burgueses, entre otras causas, facilitó a que el dinero y los ideales de libertad e igualdad consiguieran un valor categórico. Es un proceso que se fue modificando en el sistema productivo y en las tecnologías, convirtiendo al trabajo de la industria en el primordial organizador de lo social.

El desarrollo de las ciudades derivó a que las poblaciones se concentraran en las urbes. Por lo tanto, la necesidad de ampliar los mercados para vender lo producido, favoreció al intercambio de materias primas entre las colonias (principalmente en el rubro textil), impulso requerido para el desarrollo de la industria de la moda.

En este contexto, el cambio social y la moda se vincularon de manera significativa y surgieron los recambios de las ropas por temporada. Previamente, exceptuando a las clases sociales acomodadas, se solían tener uno o dos trajes durante toda la vida, aunque, la moda burguesa introdujo las modificaciones en el vestir. Los ciclos de la moda adquirieron los ritmos industriales y la sociedad absorbió la democratización en el vestir y el consumo. (Zambrini, 2010).

A su vez, a lo largo del siglo XVIII, la silueta masculina se simplificó. El traje poseía tres piezas: la casaca, la chupa y el calzón. El largo descendía hasta por debajo de las rodillas y se sujetaba con una jarretera con hebilla o con una cinta anudada. Los franceses se declararon presos de los dictámenes vestimentarios, e incluso los médicos de la época aportaron argumentos sobre el carácter patógeno de ciertas prendas, como los cuellos, las jarreteras, los zapatos, los zuecos, etcétera. Cabe destacar que el calzón impediría, en ese entonces, el desarrollo normal de los órganos reproductores. (Bard, 2012, p.28).

Marie Gouze era el verdadero nombre de Olympe de Gouges, escritora francesa, que fue quien reflexionó sobre la desigualdad de la sociedad, en medio de un proceso contradictorio, de avances y retrocesos, en la Revolución iniciada en París en 1789. La condición de la

mujer, los problemas que enfrenta como género, lanzó a De Gouges a proponer cambios, considerados radicales para el momento.

Los escritos denotan su determinación política sobre las necesidades y reivindicaciones de sus congéneres. En 1791, escribe la obra precursora en defensa de los derechos femeninos: La Declaración de los Derechos de la Mujer y de la Ciudadana, basado en La Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano, en la que se excluía por completo a la mujer.

La escritora exige el postulado de igualdad para las mujeres que presumía la Revolución Francesa y denuncia el aprovechamiento, por parte de los hombres, de la participación femenina en sucesos tales como la toma de la Bastilla, para luego regresar a las mujeres a sus labores domésticos y a los espacios privados. Su postulado exclamaba libertad, igualdad y derechos políticos, especialmente el derecho al voto para las mujeres. Como también a la educación, al ejército y cargos públicos.

Sin embargo, el planteamiento no era compartido por los hombres que dirigían la Revolución. En 1792 cae la monarquía y se proclama la República, alzándose en el poder *La Montaña* (la facción revolucionaria más radical), formado por Robespierre y Marat, entre otros. Aumentaba la antipatía entre De Gouges y los líderes republicanos, tras algunos escritos en los que arremetía en contra de ellos.

En julio de 1793, Olympe fue detenida tras ser denunciada por el impresor de unos manifiestos, y en diciembre del mismo año, fue sometida a la guillotina. Paradójicamente, ella había exigido en su Declaración, la pena de muerte para aquellos delitos graves: “la mujer tiene el derecho de subir al cadalso; debe tener también igualmente el de subir a la Tribuna con tal que sus manifestaciones no alteren el orden público establecido por la Ley.” (Redalyc, 2009, p. 268).

A más de dos siglos de su trágico final, las ideas y valor que De Gouges defendió, en el período más convulso de Francia, continúan presentes.

En 1800 en París, una ordenanza de la jefatura de policía, prohibía a las mujeres el traje masculino, potenciando a la vestimenta a diferenciar la naturaleza biológica. (Bard, 2012, p.4).

La relación que existe entre las mujeres y la moda es tan alegórica como real. En el siglo XVII, la costura se consideraba una labor femenina, incompatible para los hombres. La confección era una actividad para las mujeres, considerada moralmente apropiada y suponía que suscitaba la disciplina y la devoción. Era una labor que se enseñaba en las escuelas de los conventos, en una época en la que la mujer prácticamente carecía de independencia económica.

A su vez, durante el Antiguo Régimen del París prerrevolucionario, las mujeres también poseían cierto control sobre la moda como marchantes. Entre las más reconocidas, se encuentra Rose Bertin, modista de María Antonieta, cuyo poder e influencia sobre su cliente ocasionó una censura y fue considerada responsable de provocar, tentar y explotar la pasión de la Reina por las galas. Cabe destacar que no sólo las marchantes eran capaces de influir en la difusión de modas excesivas, sino también las vendedoras o *grissetes* (mujeres que vendían directamente a las damas de la aristocracia).

En el siglo XIX, el control de la mujer sobre el sistema de la moda como marchante se fue fragmentando gradualmente con la presencia de Charles Worth, reconocido en la década de 1850 por ser el sastre de la emperatriz Eugenia. A partir de ese momento, el trabajo femenino se confinó a la producción no considerada y consecutivamente a las malas condiciones de trabajo y de remuneración.

En el año 1857, Worth creó la primera firma de alta costura en Francia, impuso los parámetros de la elegancia y el buen vestir a través de los catálogos de moda con un propósito de distinción. Por otra parte, la invención de la maquina de coser permitió una confección seriada de prendas de baja calidad y bajo costo dirigida a la distribución masiva en las tiendas. De esta manera, se estableció un sistema de la moda compuesto por la alta costura y la confección seriada. (Zambrini, 2010).

Al mismo tiempo que se ha vinculado a la mujer con la confección, con los tejidos y el consumo, también hubo una relación metafórica de la feminidad con la noción de moda, asociación que involucra la inconstancia, el exhibicionismo banal y el narcisismo.

A partir de la Revolución Industrial, la sociedad occidental fomentó el mismo orden en las producciones estéticas, movimiento dependiente del todo que lo regula y que sigue al proyecto industrial hasta transformarse en un manifiesto de la cultura de masas. En esta etapa, el sistema cerrado de la moda, le concede a la vestimenta la oportunidad de regular las relaciones sociales, asignando la lógica de distinción social. (Saulquín, 2010).

En el siglo XIX, se produjo un notable giro en la historia del vestido: los hombres renunciaron a su derecho de vestir prendas brillantes, ornamentadas y refinadas, desentendiéndose totalmente, en provecho de las mujeres. Se lo determina como la gran renuncia masculina, en el aspecto vestimentario. Los hombres cedieron sus pretensiones de belleza y tomaron lo utilitario como único fin.

Hacia fines del siglo XIX, la gran diferenciación entre las vestimentas femeninas y masculinas se mantuvo, aunque la principal función de la mujer era agradar. Con los cambios ocurridos luego de la Primera Guerra Mundial, la condición social de la mujer se transformó debido a su incorporación al mundo del trabajo.

En el transcurso del siglo XIX al siglo XX hubo una mayor preocupación por la higiene, un deseo creciente de proteger el cuerpo materno, avalado por el auge de natalidad, la fe del progreso y la exaltación por la modernidad, la anglofobia y el abandono del corsé. A lo largo del siglo XX, las prendas femeninas fueron incorporando la funcionalidad necesaria para trabajar. En 1906 representaban más de una tercera parte de la población activa. A su vez, las vestimentas masculinas comenzaron a atenuar la representación de la autoridad.

Según Christine Bard (2012) tras la guerra, surge la moda andrógina, "a lo chico", alude a la angustiada percepción de una crisis en la civilización. La mujer actual de 1920, se liberó de la silueta en 8, al no utilizar más el corsé, y comenzó a imponerse el vestido recto, la cintura cae sobre las caderas produciendo un aspecto filiforme. El traje sastre, chaqueta y falda combinada, con prendas interiores cerradas, aseguraban su protección y comprimían las curvas, masculinizando el vestir. A su vez, los hombres usaban pantalones anchos y acampanados como una falda. La revolución de la apariencia producida en los años 20, es debido al feminismo.

Se popularizó la palabra *Garçonne*, término divulgado por el escritor Victor Margueritte, en una novela con el mismo nombre. Proviene de la palabra *garçon*, hombre en francés y el sufijo femenino *e*, que duplica la última consonante. *Garçonne*, se refiere a un grupo de mujeres que reclamaban sus derechos, la igualdad de género, y preferían lucir una figura más andrógina. Se vestían con trajes sastre, que eliminaban las curvas, usaban el pelo corto, conducían y fumaban en público.

Algunos antifeministas lo consideraron como la virilización de la mujer. En cambio, las feministas condenaban que la *garçonne* mostraba hasta qué punto se teme la desestabilización heterosexual. Las lesbianas daban una imagen del deseo y del placer en el

imaginario erótico. La inversión sexual se percibía como feminista y molestaba a las antifeministas que expresan su *lesbofobia*.

El pantalón tenía mala reputación, al igual que el pelo corto, haciendo alusión a la homosexualidad. El lugar que ocupaban las lesbianas se relaciona con el contexto posguerra, que separa a los hombres y a las mujeres, como prolongación de la experiencia de la guerra, en la que los hombres estaban juntos en el frente y las mujeres en la retaguardia.

La moda se define como racional, simple y lógica, y luego de ciertos cambios por parte de Paul Poiret, años previos a la guerra, Chanel estimuló a sus apoderadas clientas a parecerse a ella, con pelo corto y exhibiendo unos brazos bronceados por el sol, a pasar un fin de semana en un campo con prendas informales y usar chaqueta de hombre. Gabrielle Bonheur Chanel (1883-1971) declaró que le devolvió la libertad al cuerpo de las mujeres y sugirió que ella no tiene nada de masculino. Sin embargo, su participación es en un momento de la moda que se manifiesta una masculinización. (Bard, 2012).

Durante la Segunda Guerra Mundial, el uso del pantalón se extendió en el ámbito internacional, por razones prácticas, en las fábricas y en el ejército, en cuanto se admitió a las mujeres. En Estados Unidos, en 1935, los jeans dejan de usarse para el trabajo y empiezan a ser prendas de ocio, incluso para las mujeres.

Hacia 1960, se incorporaron los jóvenes, desplazando la categoría de sexo, hacia la categoría de edad. A partir de entonces, con el proceso de democratización de la moda propio de una cultura de masas, la cantidad de usuarios se incrementó notablemente e impulsó un desarrollo sin precedentes en las industrias textiles y de la confección.

La creciente igualdad de oportunidades entre los sexos facilitaba el proceso de acercamiento entre la vestimenta femenina y la masculina. La mujer fue adoptando prendas más funcionales y propias para el mundo laboral, y los hombres comenzaron a liberarse de la necesidad de mostrarse sobrios y discretos para reforzar sus tradicionales roles.

El pantalón femenino se inscribió en una dinámica de cuestionamiento de las fábulas que estructuraban los dos géneros, y el modisto lo expresó según su personalidad, aunque consciente de los cambios sociopolíticos. Se produjeron intercambios de prendas entre chicos y chicas, las prendas se desexualizaban. Al incrementarse la actividad femenina, en 1970, la jerarquía dio paso a la diversidad y las prendas se convirtieron, para cada individuo, en la expresión de su personalidad.

El advenimiento del movimiento *hippie* y su ideología de disminuir el consumo excesivo, predominaba a finales de los años sesenta. Con respecto a la moda, se manifestaban en pos de una reducción de la producción en serie ilimitada y masiva. Los *hippies* tenían como filosofía el amor libre, que incluía a la homosexualidad y bisexualidad; la paz, la expansión de la conciencia y la naturaleza. Su propósito consistía en reflexionar acerca del vínculo que establecen las personas con el hábitat, despreciando la vida ciudadana, la proliferación de los objetos y el materialismo capitalista. Su postura impulsó a muchos a desplazarse a sitios rurales en los que armaron comunidades que preservaban el entorno, permitiendo construir una organización social alternativa. Margarita Rivière (1977) manifestó:

La aparición de una juventud numéricamente importante que despierta en una sociedad convencional, una sociedad que le presentan como perfecta, pero no lo es. Unos jóvenes que, en general, tienen pocas soluciones de recambio, pero que están seguros de algo: el sistema, tal como está, no sirve de nada ni les interesa. De nada sirve poder estudiar largos años en la universidad, para después trabajar toda la vida ocho horas diarias para poder vivir en la mediocridad de un apartamento de una ciudad polucionada, viendo cada día a las mismas personas tan frustradas como uno, impregnándose a cada momento de resignación, empapándose, día tras día, del opio televisivo, haciendo cosas que, de una forma clara, no se sabe para qué otra cosa

van a servir como no sea continuar como hasta ahora. Teniendo unos hijos a los que parece que el único futuro que les espera es este mismo. Estos jóvenes de los años sesenta que empezaron a gozar de las delicias de la sociedad de consumo, están hartos de todo esto. (Rivière, 1977, p.213).

La contracultura contestataria desempeñó un rol, en mayo de 1968, testimoniando lo que luego se llamará: desorden revolucionario. Con el estilo *hippie*, se experimentó una difusión masiva de los pantalones coloridos, adornados y rotos, que usaban ambos sexos. Se asemejó la moda capilar entre mujeres y hombres, que a la vez, estos últimos, feminizaron su apariencia.

La moda unisex a comienzos de 1970, estableció una nueva forma en el vestir, en la que la tradición occidental fue solamente un componente de las prácticas, siendo el dimorfismo sexual de las prendas una posibilidad y no una obligación, basándose en la igualdad y funcionalidad de la ropa usada por hombres y mujeres: pantalón, camisa y suéter. Cabe destacar que ciertas prendas unisex usadas y aceptadas por mujeres pueden ser rechazadas si las llevaba un hombre. La moda se tornó ecléctica, con diversas tipologías y largos modulares, aunque también se presentó la antimoda en la que diseñadora Sonia Rykiel, determinó la forma en que cada individuo podía adaptar las prendas y manifestar su personalidad. (Bard, 2012).

La euforia concluyó con la crisis económica, producida por el conflicto petrolífero de 1973, que ocasionó el decaimiento de la industria textil francesa. Se bajaron los presupuestos en las prendas de vestir y se consideró la funcionalidad de la prenda: cálida, ligera y lavable. A partir de este período, se impulsó una forma de vestir más casual como tendencia mundial, y su progreso se debió a la pérdida de interés en la alta costura y al incremento de la confección seriada industrial.

En 1980, se desarrolló la moda andrógina, que prioriza lo individual sobre lo social. La eliminación genérica en las prendas significó una trasgresión mayor para los hombres que

para las mujeres, teniendo en cuenta que la moda masculina experimentó cambios más drásticos en sus morfologías y en los códigos cromáticos utilizados.

Yves Saint Laurent, en 1980, describió cómo las prendas se han ido modificando en el tiempo, considerando que el entusiasmo que tenían los jóvenes por uniformarse, al vestirse todos iguales, escondía una idea. Los hombres se vestían más cómodamente que las mujeres, al no tener que desempeñar el papel de objeto que ha inmovilizado a las mujeres en las generaciones pasadas. Observó que había una preocupación por la igualdad y por los préstamos que hacían las mujeres, al vestirse para agradar a los hombres. Opinó que eso se estabilizaría y que la comodidad era un valor tan determinante como la estética. (Benaim, 1980).

Desde el surgimiento en el siglo XIV hasta la actualidad, la moda se ha manifestado en cada sociedad como referente cultural en los diferentes contextos.

En Sudán, en 2009, la feminista Loubna Ahmed Al-Hussein anunció al mundo entero acerca de los cuarenta latigazos que castigan a la mujer que usa pantalón, prenda considerada impúdica por los tribunales que aplicaron un código penal de inspiración islámica. En 2008, en la parte cristiana del país, alrededor de treinta mujeres fueron víctimas de arrestos arbitrarios por llevar pantalón. (Bard, 2012).

El éxito de las luchas en el vestir femenino es estimulante, aunque el hecho esencial está en el travestismo, una mujer puede decidir masculinizarse y elevarse en la jerarquía de valores, con un poder simbólico. En cambio, el hombre que elige vestirse de mujer, desciende en la misma escala, pierde poder, acercándose al estatuto femenino. La mujer se vuelve sujeto y el hombre objeto, y continuará hasta que la cultura reconozca que uno de sus principios organizadores es el valor diferencial de los sexos. Las mujeres se han adueñado progresivamente de la apariencia masculina y han mantenido el culto a la apariencia

femenina. La liberación en el vestir es uno de los barómetros de la condición y estatuto de las mujeres. La forma que se han ido modificando las prendas en Occidente evidencia el advenimiento del liberalismo y del individualismo. (Bard, 2012).

1.1.2 La prisión del corsé

La moda británica de la década de 1830 a 1890 alentó a las mujeres a moldear sus cuerpos al corsé, prenda referente de la clase ociosa, que sugería delgadez, belleza y una negación a la sexualidad. Era una expresión física de subordinación de las mujeres con respecto a los hombres. Aunque puede alegarse que las mujeres utilizaron los corsés para exteriorizar el hecho de no estar embarazadas. Mel Davies (1982) opinó que el corsé era una prenda de dominación masculina que redujo la incidencia en la relación sexual, limitó la exhibición de la concepción y perturbó a la gestación y al parto. Además, la presión ejercida sobre las vísceras abdominales, por encima del útero de las mujeres jóvenes, causaba ocasionalmente la amenorrea (ausencia de menstruación). Por lo tanto, disminuyó la fertilidad en las mujeres de la clase media en comparación con la clase obrera, al estar menos limitadas por los corsés.

El corsé del siglo XIX y el deseo del siglo XX por la extrema delgadez a través de dieta y ejercicio regular, confirmó que las mujeres se ajustaban a ciertas normas de belleza que se suponen atractivas para los hombres, mostrando la naturaleza sumisa femenina en una sociedad patriarcal.

1.2 La moda: presente y futuro

A partir de 1990, el acceso a Internet empezó a generalizarse, influyendo en las conformaciones sociales del mundo. Los adelantos tecnológicos interactivos, principalmente

en las comunicaciones, impulsaron a determinados cambios que generaron un sistema articulado de relaciones sociales globales instantáneas, aunque, al mismo tiempo, surgieron los localismos con el objetivo de enfatizar las particularidades de cada cultura. Se fue complementando, conjuntamente, con las tecnologías digitales, las características específicas que definen las distintas formas culturales, produciendo el diseño de autor y las tendencias de la moda.

Luego de concluir la primera década del siglo XXI, los comportamientos se han ido intensificando, logrando unificar las categorías de tiempo y espacio. No obstante, el nuevo ordenamiento social, se dirige hacia las individualidades, aunque necesita al menos de diez años para que el nuevo modelo se reestructure y pueda responder a los fehacientes retos.

La moda, concebida como lógica externa a los individuos e impuesta, induce al cambio habitual de las prendas. Para que sea llevado a cabo requiere del deseo y el consumo masivo. El moderno imaginario social, transitará desde el sometimiento grupal de las tendencias, hasta la configuración de las individualidades y las necesidades de las personas. Asimismo, se dirige hacia dos vertientes, por un lado se extenderá hacia la vestimenta ritual, manteniendo su base homogénea aunque personalizada.

Actualmente se consumen productos, información, noticias, dietas, modas, viajes, pero por sobre todas las cosas, imágenes que permiten formar identidades alternativas, aunque artificiales. El artificio como la imitación, son la esencia de la imagen y la moda. Cuando la moda le mostraba al otro el lugar que ocupaba en la escala social, las prendas resguardaban la identidad de cada persona.

La configuración de la indumentaria se adaptará a nuevas y económicas maneras de producción, que van a establecer y a intervenir en las formas cíclicas del consumo. Surgirá a partir de la aparición de la alta tecnología y, a su vez, se producirá una innovación en los

materiales textiles que deberán pasar las normas y reglamentaciones de calidad y de defensa medioambiental.

Entonces, la moda se desvinculará de la organización piramidal y las series masivas, a causa de que en la sociedad occidental, la descentralización que ocasionan las crecientes necesidades de las personas, cada vez más descreídas de los códigos sociales unificados y dictatoriales, impulsa la desarticulación del sistema de la moda que pretende satisfacer con homogeneidades. El diseño individualizado beneficiará el fortalecimiento de lo social, teniendo en cuenta el desarrollo de una conciencia universal, en la defensa de la naturaleza, frente al uso extralimitado de la tecnología.

A su vez, los parámetros que separaban la moda indumentaria, la no moda y la anti moda, comienzan a desvanecerse. La moda, concebida como cambio constante de la elaboración de prendas fabricadas y distribuidas masivamente está integrada por la alta costura, las series, el pret-à-porter, entre otras, configurando el sistema de indumentaria.

La no moda esta compuesta por el vestido fijo que establece pertenencia y posibilita el intercambio. Por ejemplo, los vestidos sin cambios que muestran la pertenencia cultural, los usados por judíos ortodoxos, gitanos, gauchos (vestidos tradicionales de las distintas comunidades), uniformes que expresan las profesiones: policías, bomberos, enfermeras, etcétera. Asimismo, se encuentran las prendas que indican la pertenencia a determinada empresa o institución: banco, estaciones de servicio, supermercados. Además, la vestimenta estable asume que los usuarios pueden ser intercambiables, porque la igualdad, al destacar la identidad de la empresa, anula las individualidades.

La anti moda usa al vestido como medio de denotar el desacuerdo con las ideologías sociales. Con frecuencia, expresa una elección de vida diferente, por ejemplo, los hippies. Aunque, al mismo tiempo, la moda oficial la contraataca para neutralizarla.

El apogeo de la información, el incremento de las comunicaciones, la evidencia de permanecer a una cultura de masas que sobrepasa a las culturas nacionales, van a inducir, desde los años sesenta hasta la actualidad, el gradual abandono de la transmisión de ideologías en la vestimenta. Transformando a la vestimenta en un medio y sostén de la imagen, que denota la ausencia y el desinterés por reconocer y comunicar el rastro de una cultura. (Saulquin, 2010).

Como se pudo constatar, la indumentaria ha establecido un límite vestimentario, impulsando a diferenciar a las personas según su género y su posición social. A su vez, a partir del siglo XVIII, la mujer comenzó una auténtica lucha por erradicar las desventajas que se establecían con respecto a los hombres, proclamando libertad e igualdad. Del mismo modo, se menciona al corsé, como prenda emblemática del siglo XIX y ejemplo de subordinación en una sociedad patriarcal. En la actualidad, la moda se encuentra en un estadio de homogeneidad, como objeto procedente de una sociedad que ha perdido la identidad.

En el próximo capítulo se continuará indagando sobre la importancia que le dan las personas a construir una apariencia que satisfaga el incesante deseo de pertenecer.

Capítulo 2: La apariencia: búsqueda identitaria

En el presente capítulo se partirá del concepto de belleza como uno de los impulsores de la conformación de la apariencia. A su vez, se expondrán los parámetros impuestos a los que la sociedad aspira para pertenecer: juventud y delgadez. Asimismo, se procederá a desarrollar la evolución histórica de la conformación de la imagen.

2.1 La belleza

Para Immanuel Kant (2004), bello es lo que, sin concepto, es concebido como objeto de una necesaria satisfacción y considera que los juicios sobre lo bello dependen de lo que le place a cada uno, no hay posibilidad de establecer juicios de carácter universal.

Cabe destacar que “la belleza se refiere a la cualidad abstracta, mientras que lo bello alude a una cosa en particular, a un objeto al que se le reconoce tal atributo” (Tatarkiewicz, 1976).

A través de los siglos el concepto de belleza se ha ido modificando. En primer lugar, se sitúa en el período que se inicia en la Antigüedad griega y se detiene en los comienzos del Neoclasicismo (entre los siglos III a.C y XVII). Su característica sobresaliente ha sido el planteamiento del concepto de belleza desde un pensamiento filosófico, moral y matemático. Posteriormente, en el siglo XVIII, se creó la estética, disciplina filosófica especializada en el estudio de la sensación y el gusto, primordialmente en relación con la obra de arte. Más tarde, durante la Modernidad, se produce una ruptura impulsada por las nuevas corrientes artísticas de Vanguardia en el marco de la emergente sociedad industrial y mediática. (Walzer, 2009, p. 29).

2.2 La sustitución de un cuerpo recibido por un cuerpo construido

En las sociedades contemporáneas se produce un nuevo culto a la belleza sin precedentes históricos: el propio cuerpo humano es objeto del auge estético en la búsqueda de un bello parecer. “El cuerpo es una materia que se amasa, se moldea, se restaura, se dibuja, en una búsqueda desesperada por denegar lo efímero, la sustancia mortal y por reproducir en el espejo la imagen del ideal vista en otros espejos o en otras pantallas.” (Walzer, 2009, p. 70).

Asimismo, proliferan las imágenes sublimes de lo femenino, las informaciones estéticas son difundidas a las masas, se vincula belleza con consumo y se valora socialmente los cuidados corporales, siendo entre otros tantos, “los dispositivos que construyen la era democrática del bello sexo, refiriéndose directamente a lo explícito de la superioridad estética de la mujer y ponderación de sus atributos físicos y espirituales”. (Lipovetsky, 1999, p. 144).

A lo largo del siglo XX, la prensa femenina, la publicidad, el cine, la fotografía de moda dieron a conocer las normas e imágenes de los ideales femeninos, que obtuvieron una dimensión social inédita, al entrar a la era de las masas: comercio y democracia. Las imágenes, los consejos y los cánones de belleza se han publicado por todos los medios, las prácticas que benefician el atractivo del cuerpo son realizadas cada vez más pronto y cada vez más tarde, la intervención estética y los productos de cuidados, se utilizan para vencerle a los defectos físicos y al tiempo. Han adquirido un inmenso poder sobre las mujeres, expresando e intensificando sus deseos. Han generalizado la pasión por la moda, favoreciendo la expansión social de los productos de belleza, impulsando a que el aspecto físico sea una dimensión esencial de la identidad femenina.

A partir de 1960, la cultura de la belleza y la estética de la delgadez se han convertido en producto para un mercado de masas y se ha desplegado en los países del Primer Mundo como un proceso de apertura y multiplicación de los criterios estéticos. Simultáneamente, los hombres manifestaron mayor preocupación por su aspecto vestimentario y físico, y los productos cosméticos masculinos experimentan un nuevo auge. Marcaron un punto de partida de la nueva apreciación de la belleza masculina y una igualación de los géneros de valorización de la apariencia física.

Mientras que en el caso masculino, la cosmética tendía tradicionalmente a eliminar el cuerpo en favor de signos de posición social (indumentaria, condecoraciones, uniforme, etc.), en el caso de las mujeres tendían a exaltarla y a convertirla en un atributo de signo de seducción. Esto explica que la inversión en el trabajo cosmético, en tiempo, dinero, energía, entre otros, sea mayor en el caso de las mujeres. No obstante, la valoración de la belleza de hombres y de mujeres no será similar debido, en parte, a la radical desigualdad en la porción del mercado que se los disputan, aun a pesar de la significativa revitalización del mercado cosmético masculino que es posible constatar en los últimos años. (Walzer, 2009).

2.3 Búsqueda identitaria

Según Saulquín (1999), el cuerpo es una expresión del yo, elemento indispensable para la conformación de una identidad personal. La libertad de elección y el conocimiento en demasía del propio cuerpo, permite a las personas poder forjar su identidad, constituida por la conjunción entre lo que cada persona es, lo que anhela ser y la percepción de los otros. Cuando se logra una armonía íntegra entre la visualización exterior y la interior, la identidad se perfila estableciendo el estilo personal. De Ventos, X. R (1969) define estilo como:

“aquella forma que responde a la necesidad de expresar una nueva perspectiva o contenido de la realidad social o cultural”.

La persistencia de la disyunción entre sexos se evidencia incluso en la nueva figura dominante de la individualidad contemporánea compartida hoy por ambos sexos: el narcisismo mental y corporal. Con el neonarcisismo, se produce un giro a favor de una autonomía privada y de atención hacia uno mismo, de obsesión por el cuerpo, la salud y los problemas de relación.

La desestabilización de la división antropológica no supone un neonarcisismo homogéneo. Principalmente los hombres, se interesan por mantener el cuerpo con salud y en forma, aunque muestran poco interés por los detalles, siendo más sintéticos que analíticos. En cambio, en la mujer el propio culto se halla estructuralmente fragmentado y la imagen analítica que tiene de su cuerpo prevalece sobre la sintética, debido esencialmente a la fuerza preponderante del código de la belleza femenina: “el valor otorgado a la belleza femenina da lugar a un inevitable proceso de comparación con las demás mujeres” y a una observación del propio físico en función de unos cánones reconocidos, una evaluación sin concesiones referidas a todas las partes del cuerpo. (Lipovetsky, 1990).

Es una época de individualismo desmedido, en la que se desea sobresalir de la masa, no parecerse a los demás y sentirse único, siendo menos dependiente de la opinión ajena, valorizando las emociones y sensaciones íntimas. No obstante, la comparación con el otro permite marcar la propia singularidad, construyendo una imagen positiva de uno mismo para sí, sintiéndose privilegiado y diferenciándose. Actualmente, la comparación ventajosa entre las personas se reformulan mediante la lógica misma del neoliberalismo, más para uno mismo que con la mira puesta en la subjetividad del otro.

El lujo ya no actúa como opositor entre ricos y pobres, dominantes y dominados, sino que expresa una personalidad individual, que prioriza la salud y lo experimental, lo sensitivo y el bienestar emocional. (Lipovetsky, 2012, p. 101).

La posibilidad de exponer el cuerpo a la incomodidad, el maltrato y la timidez, es proporcional al contraste entre el cuerpo ideal y el cuerpo real, entre el cuerpo anhelado y las reacciones de los otros. Podría tratarse de una alienación genérica, formada del cuerpo para el otro, la relación que mantienen los agentes con la representación social de su cuerpo. Pierre Bourdieu (2004) aludía a “ese cuerpo alienado que evoca el análisis esencialista, cuerpo genérico, como la alienación que adviene a todo cuerpo cuando es percibido y nominado, luego objetivado por la mirada y el discurso de los otros”. (Bourdieu, 2004, p. 176).

2.4 La apariencia: espejo de la personalidad

A pesar de las diferencias que los hombres y las mujeres evidencian sobre la belleza, es indudable que fue una de las grandes influencias, junto a los avances tecnológicos y a la interacción de los diferentes factores sociales, culturales y económicos, los que impulsaron una amplia diversidad vestimentaria.

La igualdad de condiciones prosigue su tarea masculinizando parcialmente las prendas de la mujer. Aunque la homogeneización de la moda de cada sexo no tiene existencia más que desde un punto de vista superficial, hombres y mujeres visten pantalones, pero el corte y a menudo los colores son distintos, los calzados no tienen nada en común, la blusa se distingue de la camisa de hombre, las morfologías de los trajes de baño son diferentes al igual que la ropa interior, los cinturones y los relojes, entre otros. La causa de que los

cabellos cortos, los pantalones y las botas no hayan logrado desexualizar a la mujer, es que siempre se adaptan a la especificidad de lo femenino. Si la división de la apariencia entre las clases se difumina, por el contrario la de los sexos se mantiene.

A pesar de las formas múltiples de la democratización, la moda, al menos sobre la base de los sexos, sigue siendo desigual. La masculinidad ocupa siempre la perspectiva inferior y constante en relación con la movilidad libre de lo femenino. Hay un reconocimiento social de la masculinización en las prendas femeninas, pero los hombres, a menos que afronten la risa o el desprecio, no pueden adoptar los emblemas de lo femenino. (Lipovetsky, 1990). La extrema diferenciación en el vestir, según el sexo, corresponde a la imposición heterosexual. (Bard, 2012, p.314).

La condición del hombre y de la mujer no está inscrita en su estado natural corporal, sino que está socialmente construida. Actualmente, se vive en una sociedad completamente mediatizada, influida por los discursos y las imágenes producidas por los medios de comunicación. Por un lado, el cuerpo ocupa el centro del escenario, inspirando una enorme serie de cuidados, buenas formas y bienestar corporal. Por otro, el cuerpo contemporáneo se establece por un conjunto de creencias y valores que parecen despreciar su condición orgánica y carnal, tales como los mitos de la belleza, la delgadez y la juventud eterna.

En este contexto, prevalece lo individual sobre lo social o lo universal, lo psicológico sobre lo ideológico, la diversidad sobre la uniformidad. Imponiéndose un individualismo narcisista, en el que todo se personaliza, generando un estallido de reivindicaciones de libertad en todos los ámbitos de la vida. (Lipovetsky, 1989, p. 93).

Previo a la aparición de la moda en el siglo XIV, las principales funciones del vestido eran: el adorno, la protección del clima y del pudor. Posteriormente, el pensamiento pasó de la era medieval a la era moderna, promoviendo la elaboración de una imagen propia que

evidenciaba el lugar que ocupaba en la escala social. Cabe destacar que la moda fue establecida debido al despliegue textil que se había elaborado en el siglo anterior, a través de la difusión de técnicas novedosas como el molino de batán, el telar horizontal con pedales y el torno de hilar. La elaboración de paños y el incremento de la industria de la seda en Italia, posteriormente en Francia y en Alemania, fueron los sustentos necesarios para dar comienzo al poder de la imagen. A partir de ese momento y durante la etapa preindustrial, la nobleza estableció la imagen deseada, individualizada y caprichosa.

La aparición de cambios parcialmente seguidos, aunque accesorios, se percibe como el devenir del fenómeno de la moda. El modelo era uno y de creación propia, aunque era considerado como estrategia de producción, debido a la construcción de una imagen que se repetía en un lapso de tiempo no establecido. Desde la lógica de la moda que aparece en el siglo XIV, hasta que concluye la Revolución Industrial en 1860, predominó la competencia entre la cada vez más poderosa burguesía y la nobleza, que pretendía conservar el poder y la libertad de creación. La apropiación de la imagen construida por la nobleza simbolizaba, para la burguesía, la posibilidad de adueñarse del dominio que las sustentaba.

Luego, con el afianzamiento del capitalismo y la aparición de las sociedades nacionales, se impuso la estética predominante de la burguesía, en reemplazo de la imagen que había expresado la aristocracia desde el comienzo de la moda, sustituyendo las leyes suntuarias por la ley del dinero.

En aquel tiempo, surge la alta costura y el fenómeno de la moda se establece como un sistema cerrado, que se iría modificando cada dieciocho años, en formas, colores, texturas, durante toda la sociedad industrial. Asimismo, comienza a considerarse la variabilidad del clima, organizando el calendario en temporadas de verano e invierno, estables durante cinco años, incrementando los cambios de indumentaria.

Empieza la configuración de la moda autónoma, aunque sin desligarse de la creación de una imagen impulsada por el sector social predominante, en este caso la burguesía, que influye en la vestimenta de los diferentes grupos sociales, por ejemplo, en el multitudinario proletariado industrial, de acuerdo con el sexo, edad y ocupación. Conjuntamente, hace referencia al trasfondo económico de la distinción social. Al mismo tiempo que la alta costura se rige por el creador y el modelo único, se establece la serie industrial que se transformará en el eje de la nueva sociedad industrial. Con este cambio, la moda admite su dominante forma al desarrollar las estrategias de la producción masiva. (Saulquin, 2010).

Se puede constatar, como en el capítulo 1, que la diferencia entre mujeres y hombres se presenta tanto en la vestimenta como en la búsqueda de la identidad. En la sociedad occidental, la mirada del otro, como reflejo de las imposiciones de estereotipos superficiales, impulsa a las personas hacia narcisismos desmedidos, a convertirse en seres desvinculados, alienados.

Por lo tanto, en el capítulo 3, se pretende integrar a las personas desde su estado primordial, su naturaleza biológica, como seres humanos.

Capítulo 3: Ser andrógino

En el presente capítulo se desarrollará el origen mitológico del término andrógino. También se describirán las diferencias entre sexo y género, y se definirá identidad sexual, mencionando las distintas orientaciones sexuales. A su vez, se tomarán los aportes de Judith Butler, que ha sido la primera teórica feminista en abordar la separación entre sexo y género, postulando la teoría *queer*. Por último, se hará una breve reflexión acerca de la disyuntiva sobre si el lenguaje es o no sexista.

3.1 La androginia según Platón

La androginia representa la unión de los opuestos, la conjunción mítica de los sexos y, junto con sus variantes, se encuentra en los mitos sobre los orígenes como símbolo de identidad religiosa suprema, de poder absoluto y trascendencia total. Aristófanes en *El Banquete* (Platón, 1980), describió una variedad de seres dobles en los orígenes de la Antigüedad griega: uno de ellos fue el andrógino mitad hombre, mitad mujer que, al ser separado, buscaba su otra mitad complementaria. Pero también describió otros dos tipos de seres dobles: hombre/hombre y mujer/mujer, que al ser separados también buscaban su otra mitad, y esto funcionaba como explicación de la homosexualidad entre los griegos.

En este discurso, la unión hombre/hombre era la más valorizada. Implica también que, para Aristófanes, había tres géneros originariamente: masculino/masculino, femenino/femenino y masculino/femenino (Brisson, 2005). La mitología griega también presenta a Tiresias, quien fue alternativamente hombre y mujer, por lo cual conocía mejor que nadie los secretos del goce, hasta afirmar que la mujer disfrutaba nueve veces más que el hombre.

Hermafrodita es otro ejemplo que proporciona la mitología griega, que como castigo de los dioses, pasa a ser a la vez hombre y mujer. Asimismo, Narciso, en una de sus versiones, se enamora de su imagen femenina reflejada; en otra, cree ver a su hermana muerta con la que intenta fusionarse. También Dionisio fue representado alternativamente como hombre y como mujer. En la India, el andrógino estaba representado por Shiva y su consorte Parvati, fundidos en un solo ser. (Zolla, 1990).

Los andróginos de Platón, eran seres que poseían ambos sexos y resultaban terribles por su fuerza. Los hombres eran entonces esféricos, con cuatro brazos, igual número de piernas y dos rostros idénticos situados en direcciones opuestas. Tenían tal arrogancia que llegaron a atentar contra los dioses. Luego de deliberar, Zeus encontró una estratagema para conseguir debilitarlos y que, en consecuencia, dejaran de ser insolentes: los cortó en dos. Al dividirlos se vio obligado a trasladar sus genitales a la parte delantera para que pudieran engendrar mediante el coito. De esta manera, los hombres, que antes se bastaban para reproducirse y, por consiguiente perpetuarse, perdieron la inmortalidad, pasaron a ser individuos que portaban la falta, simples seres castrados. Desde entonces, cada una de las partes comenzó a echarse de menos y a buscar desesperadamente su otra mitad.

Si los hermafroditas y los andróginos eran vistos como monstruos y, como tales, castigados tanto en la realidad como en los mitos, la homosexualidad masculina fue, en cambio, celebrada por los antiguos griegos. Aristófanes, en el discurso de El Banquete dice que los

hombres aficionados a las mujeres y las mujeres aficionadas a los hombres procedían del ser común que en aquella época se llamaba andrógino. (Platón, 1980).

3.2 La disyuntiva entre sexo y género

Sexo es un término de connotaciones puramente biológicas, anatómicas y fisiológicas, que define al humano como masculino y femenino. En cambio género corresponde a la masculinidad y feminidad, conformado por construcciones culturales y psicológicas. (Stoller, 2006).

El término género nace en el campo de la psicología y la sexología norteamericana durante la década de 1960, y en sus orígenes, se trata de una categoría que se desarrolló con fines más bien normativos. En efecto, su interés apuntaba a medir y clasificar a los individuos de acuerdo con variables conductuales que permitieran distinguir el sexo social del asignado por el sexo anatómico y solucionar así las dificultades conceptuales y terminológicas que planteaban los intersexos, transexuales y homosexuales cuyo sexo biológico era ambiguo al nacimiento o no coincidía con su identidad sexual deseada o su orientación sexual. (Stolke, 2004, p. 85).

La masculinidad y la feminidad son propiedades inherentes y estructurales de la sociedad, surgen de la acción social y, al mismo tiempo, la condicionan. Cada persona, como miembro de la sociedad, hace suyo el conocimiento del sexo y del género tal y como ha sido socialmente constituido. Los niños, al instruirse en las prácticas discursivas de su sociedad,

aprenden a ponerse en sí mismos como hombres o mujeres, con una identidad reconocible dentro del orden social existente. Aunque, cabe destacar, que en la vestimenta, la relación habitual del rosa para las niñas y el azul para los niños es un hecho reciente, debido a que a principios del siglo XX, previo a la Primera Guerra Mundial, el uso de los colores era implementado de manera antagónica. (Bronwyn, 1989).

El hecho de clasificar las identidades implica por un lado, jerarquizar y por el otro establecer como legítimas ciertos cuerpos, formas de vestir y de actuar, en detrimento de otras que son relegadas a la alteridad. Al normativizar una identidad se le atribuye una posición de “normalidad”, constituyéndose como referente para las demás posiciones del sujeto. Esta postura admite que discutir el conflicto de la identidad y la diferencia, comprendidas como relaciones de Poder, precisan cuestionar los esquemas binarios mediante los cuales se organizan, refiriéndose a las oposiciones entre: femenino/masculino, heterosexual/homosexual, hombre/mujer.

Las prácticas del vestir hacen referencia a los cuerpos sexuados, enfatizando las diferencias entre mujeres y hombres. A pesar de que el vínculo entre una prenda de vestir y la denominación genérica es inexistente, el conjunto arbitrario de asociaciones referidas a la feminidad y masculinidad son específicas de las diferentes culturas. Por ejemplo, la expresión frecuentemente pronunciada “ella es la que lleva los pantalones” se utiliza para describir a una mujer dominante en una relación que ha adquirido las características asociadas a los hombres, vinculando el concepto de pantalón a hombre/masculino.

Según De Lauretis, (1987) las concepciones culturales de lo masculino y lo femenino se presentan como dos categorías complementarias aunque mutuamente excluyentes en las que los seres humanos están ubicados. Establece en cada cultura un sistema de género, un sistema simbólico o sistema de significados que correlaciona el sexo con contenidos

culturales de acuerdo con valores sociales y jerarquías. A pesar de que los significados cambien en cada cultura, un sistema sexo-género está siempre íntimamente interconectado en cada sociedad con factores políticos, económicos y el ejercicio del Poder.

La construcción cultural de sexo en género y la desigualdad que caracterizan a todos los sistemas de género a través de las diferentes culturas, están ligados sistemáticamente a la organización de la desigualdad social. El sistema sexo-género es una construcción sociocultural, un sistema de representación que asigna identidad, valor, prestigio, ubicación en la jerarquía social, a los individuos en la comunidad. Si las representaciones de género son posiciones sociales que conllevan diferentes significados, entonces, para alguien ser representado y exponerse como varón o mujer implica asumir la totalidad de los efectos de esos significados. Así, la proposición que afirma que la representación de género es su construcción, siendo cada término a la vez el producto y el proceso del otro, puede ser reformulada: la construcción del género es tanto el producto como el proceso de su representación. (De Lauretis, 1987, p. 11).

En la actualidad, existe una coexistencia de discursos acerca de lo masculino y lo femenino. Por un lado, una división binaria estricta, propia de la Modernidad, por el otro, una mezcla indefinida y ambigua que puebla los discursos contemporáneos, refiriéndose a la diversidad sexual, desde la raza, la clase y la orientación sexual. (Sabsay, 2011, p. 46).

3.3 Diversidad sexual

Actualmente, se presentan variadas representaciones sexuales y de género que se establecen como una interpelación a la polaridad masculino/femenino. Se hace referencia al travestismo ocasional o permanente, al transexualismo, a las diferentes formas de

homosexualidad, a la bisexualidad activa, a la sexualidad *queer*, entre otros. Son formas de sexualidad diferentes de las de la figuración ideal de la pareja heterosexual, que sólo se concentra en los géneros clásicos determinantes. Cabe destacar que las representaciones mencionadas no se pueden unificar porque son experiencias de subjetividades individuales. (Glozer Fiorini, 2010).

Las personas trans, prefijo que expresa “a través de” o “al otro lado”, vivifican la reminiscencia de Salmacis, de Hermafrodito, de Cenis y Ceneo, los andróginos de Platón, figuras que no mostraron la falta, que evitaron la castración y que se regodearon ante una integridad negada a los mortales.

El transexualismo es la certeza que tiene una persona de pertenecer al género opuesto a su condición anatómica. Es una convicción consciente e inconsciente que se manifiesta desde la infancia, sintiéndose víctimas de que su identidad sexual no coincide claramente con su sexo biológico, queriendo someterse quirúrgicamente para cambiar el sexo. Esto se produce en personas consideradas biológicamente “normales”, a diferencia de la intersexualidad, en la que una persona presenta discrepancia entre su sexo cromosómico (XY/XX), gónadas (testículos u ovarios) y genitales (pene/vagina), teniendo características genéticas y fenotípicas propias de hombres y mujeres, en grados variables.

A su vez, el travesti es aquella persona que no duda de su asignación de género ni de su identidad sexual y tampoco la cambiaría (como lo hace un transexual). Sin embargo, se visten con prendas correspondientes al sexo opuesto. El travestismo presenta la lógica binaria y hegemónica occidental que oprime a quienes se resisten a ser catalogados como varón y mujer. (Faiman, 2010, p. 104).

En Occidente, los ejemplos de diferenciación entre sexo y género provienen desde la Antigüedad. En la Biblia (Deuteronomio 22:5) está escrito: “No vestirá la mujer traje de

hombre, ni el hombre vestirá ropa de mujer; porque abominación es a Jehová tu Dios cualquiera que esto hace”.

La confusión de los sexos ha sido uno de los temores de la Edad Media. El Antiguo Régimen venera la ley de Moisés, aunque se presentaron algunas adaptaciones, como se manifiesta en la revisión del proceso de Juana de Arco, que volvió a utilizar prendas masculinas en prisión, luego de un intento de violación. Los hombres se pervertían al usar prendas femeninas, en cambio, las mujeres ascendían en la jerarquía beneficiándose. El motivo de las travestidas era para huir de la hostilidad y la miseria, en su mayoría eran soldados; otras, en menor escala, eran prostitutas que querían acceder a lugares masculinos, o lesbianas que se presentaban en un rol masculino frente a sus congéneres.

Las apariencias pueden engañar, de esa manera se puede interpretar una de las historias más extraordinarias del travestismo, la de Jeanne Baret, de veinticinco años, que atravesó los mares durante tres años (1765-1768) sin que se supiera que era una mujer, debido a que sabía trajinar como un sirviente y porque pertenecía a una sociedad en la que se creía que el ser y el parecer coincidían, afirmando que es el hábito el que hace al monje y que a la mujer se la reconoce por su falda. Ella navegó rumbo a Tahití, aunque al desembarcar los nativos se dieron cuenta de su condición. Sorprendido, Bougainville, que estaba al mando del navío, pidió la absolución de la corte para Baret. Es una narración que fomenta el deseo de transparencia, de reconocimiento inmediato del sexo, aunque impulsa al temor de la confusión indumentaria de los sexos. (Bard, 2012).

3.4 Identidad sexual

Se puede definir identidad como lo semejante a sí mismo, como una apuesta a la totalidad, al Uno, y el concepto de identidad subjetiva en interrogación que contempla la pluralidad de contenidos psíquicos, así como el efecto de los complejos movimientos de una subjetivación en producción incesante. (Goldschmitdt, 2010, p. 66).

Las identidades individuales están organizadas en torno a la idea de la diferencia sexo/género, el lenguaje y la estructura social no pueden ser alterados mediante simples actos individualistas de resistencia. No obstante, es posible trabajar orientándose hacia prácticas discursivas e interactivas en las que el sexo genital y la identidad estén separadas de la vida ordinaria, en las que, por consiguiente, los individuos no se vean sometidos a ningún tipo de obligación de marcar su género para que resulte legible para los otros, en la que no exista ninguna ventaja política derivada de presentar el rótulo masculino en lugar del femenino, en las que cualquier tipo de actividad humana, incluso aquélla que se haya asociado previamente con la sexualidad, puede ser adoptada por cualquier individuo si así lo desean.

El desafío consiste en aprender a pensar, y a desear no en términos de dualismo masculino-femenino, sino en términos de la variedad y complejidad existentes en las posiciones accesibles para las personas. Lo anterior, sólo puede tener lugar a través del desarrollo de prácticas discursivas y formas narrativas mediante las cuales ese reconocimiento y esas nuevas posiciones sean distinguidas como significativas y legítimas. Según Harré, (1945) “la tarea de la reconstrucción de la sociedad puede empezar por cualquiera, en cualquier momento y en cualquier encuentro cara a cara”. Sin embargo, la intención es que otros reconozcan y acepten el discurso en el que está teniendo lugar la reconstrucción mencionada. (Harré, 1945, p.40).

3.5 Teoría *queer*

El término *queer* tiene un significado peyorativo que ha impulsado diversas reacciones debido a la traducción literal del idioma inglés, y al uso que se le ha dado a través del tiempo. En inglés, *queer* quiere decir extraño, raro o curioso, invertido, desviado. Se aplicaba a transexuales, travestidos o bisexuales e incluso a heterosexuales con conductas extrañas fuera de la sexualidad normativa. Es un término que da nombre a la teoría, y opone explícitamente una forma estándar de sexualidad, la pareja heterosexual estable dentro del dominio de la reproducción. *Queer* denota la exclusión de la normalidad social. En este sentido, la palabra *queer* fue utilizada para manifestar una sexualidad homosexual concebida como patológica, pecaminosa o criminal. Opuesta, como espejo invertido, a una visión social basada en la heteronormatividad, o la heterosexualidad obligatoria. (Sierra Gonzalez, 2008, p. 31-32).

La teoría *queer* es una hipótesis sobre el género que afirma que la orientación sexual y la identidad sexual o de género de las personas, son el resultado de una construcción social y que no existen papeles sexuales esenciales o biológicamente inscritos en la naturaleza humana, sino formas socialmente variables de desempeñar uno o varios papeles sexuales. Asimismo, rechaza la clasificación de los individuos en categorías universales como heterosexual, homosexual, hombre o mujer. Constatando que todas las identidades sociales son igualmente anómalas. (Sierra González, 2008, p.40).

Judith Butler ha sido la primera teórica *queer* en abordar esta separación entre género y sexo. Contrario al enfoque dualista, en este enfoque las identidades son comprendidas como continuos que se encuentran en constante cambio. De acuerdo a esta propuesta, no existen delimitaciones preestablecidas y las identidades siempre están en construcción. (Buttler, 2010, p. 37).

Según Sierra González (2008), la teoría de *queer* propone que las categorías sexuales son menos estables y unificadas de lo que se piensa, que la identidad sexual puede ser experimentada como transitiva y discontinua, que la supuesta estabilidad de la identidad sexual depende de contextos y prácticas sociales particulares. La identidad no es una esencia, se construye constantemente y los criterios de pertenencia a las categorías sexuales pueden y deben ser debatidos.

Según Kristeva (1986), los problemas con los que el individuo debe enfrentarse para deconstruir un mundo sexista deben ser resueltos dentro de sí mismo, pues el núcleo del sexismo reside en el modo como cada persona ha sido constituida como parte del dualismo hombre-mujer. No considera, sin embargo el riesgo de que todo el mundo llegara a ser igual. Por el contrario, imagina múltiples tipos de personas, cada una de ellas dotada de diversos modos posibles de ser. Algunas de las posiciones que se adoptan serán masculinas o femeninas en el sentido que se suele entender tales términos. No obstante, las masculinidades y feminidades serán reconocidas en toda su diversidad y consideradas como unidades significativas, aunque su importancia no será ya la asociada con el potencial reproductivo de cada cual. La habitual reducción y simplificación de las diferentes personas a uno de los dos tipos establecidos, debe ser trascendida. (Kristeva, 1986, p. 209).

3.5 ¿Lenguaje sexista?

La comisión del Parlamento Andaluz, le solicitó a la Real Academia Española (RAE) un informe de corrección del desdoblamiento de ciertas palabras que excluyen a las mujeres. El siguiente texto destaca las ideas generales, como respuesta a las instituciones que pretenden modificar el lenguaje, con el fin de visibilizar a la mujer. Por ejemplo: Padres y madres, ciudadanos y ciudadanas, niños y niñas. La RAE responde, con un informe realizado por Ignacio Bosque, académico, y al mismo tiempo, está suscrito por otros 26

académicos. Las instituciones que consideran que el lenguaje es sexista, se rigen por las siguientes premisas:

La primera consiste en admitir el hecho de que existe una discriminación hacia la mujer en la sociedad. Desde la diferencia salarial, el trato personal en el trabajo, algunas veces, extendiéndose a la manera de capacitación profesional exigida en la práctica, hasta en la repartición de las tareas domésticas. Asimismo, es evidente el sexismo publicitario, posicionando a la mujer como un objeto sexual. Del mismo modo, las actitudes paternalistas que algunos hombres evidencian al referirse a una mujer, en el trabajo y/o en la vida cotidiana, son algunas de las manifestaciones que connotan la desigualdad y la discriminación.

La segunda premisa hace referencia a los comportamientos verbales sexistas. El lenguaje puede tener diferentes propósitos: describir, ordenar, preguntar, halagar, insultar o discriminar, entre otras acciones.

La tercera premisa consiste en corroborar el hecho de que numerosas instituciones autónomas españolas o de carácter internacional han procurado el empleo de un lenguaje no sexista, en efecto, a la legislación que aboga su derogación. A continuación, se ejemplificará, cronológicamente, la documentación que hace referencia a las instituciones comprometidas con la causa. La información pertenece al académico y miembro de la Real Academia Española, Ignacio Bosque (2012):

Resolución 14.1 de Conferencia General de la UNESCO (1987); Resolución 109 de Conferencia General de la UNESCO (1989); Recomendación aprobada por el Comité de Ministros del Consejo de Europa (21 de febrero de 1990); Orden de 23/3/1995 del Ministerio de Educación y Ciencia; Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres; Ley 9/2003, de 2 de abril, de la Generalitat

Valenciana para la igualdad entre mujeres y hombres; Ley del 4/4/2007, para la igualdad entre mujeres y hombres, y de protección contra la violencia de género en la Región de Murcia; Ley 12/2007 para la promoción de la igualdad de género en la Junta de Andalucía; informe sobre el lenguaje no sexista del Parlamento europeo (febrero de 2008). (Bosque, 2012).

La cuarta premisa considera necesaria la extensión social de mujeres y hombres para lograr que la presencia de la mujer sea más visible. Se presume que el léxico, la morfología y la sintaxis del idioma hacen explícito el vínculo entre sexo y género, aunque sistemáticamente, por lo tanto, las manifestaciones verbales son automáticamente sexistas. Considerando que el lenguaje es pensado de manera androcéntrica, es decir, se interpreta lo masculino como lo universal. Por ejemplo: ser humano, es utilizado para referirse al hombre y a la mujer.

Continuando con el postulado de Bosque, cabe destacar que la lengua refleja, principalmente en su léxico, manifestaciones de carácter social, aunque es discutible que la evolución de su estructura sintáctica y morfológica esté condicionada por la elección consciente de los hablantes o que se permita controlar mediante las normas de política lingüística. Es cierto que hay fenómenos gramaticales que se refieren al sustrato social, aunque en la conciencia lingüística de los hablantes no sean percibidos como tales. No obstante, la imperante lucha por la igualdad trata de expandirse en las prácticas sociales y en la mente de las personas, sin considerar el hecho de forzar las estructuras lingüísticas en pos de una constitución de manifestar la realidad.

Se deberían impulsar políticas normativas que dividan el lenguaje oficial del real, profundizando las etimologías, y de esta manera, evitar que se pueda pensar que hay ciertas convenciones gramaticales que impiden la libertad de expresión o la interpretación con los demás. La enseñanza del lenguaje a los jóvenes es imprescindible, para comprender las

sutilezas y pretender emplear el idioma para expresarse de manera correcta y con rigor. Asimismo, debe contribuir con que su utilización sea para argumentar, desarrollar los pensamientos, defender ideales y luchar por los derechos personales, profesionales y sociales. (RAE, 2012).

3.5.1 La arroba no es una letra

La arroba (@) es un recurso gráfico que se utiliza para integrar en una sola palabra las formas femeninas y masculinas del sustantivo, debido a que el signo supone contener ambas letras, a y o, en su representación: l@s niñ@s. Aunque, cabe destacar que no es un signo lingüístico, por lo tanto, su uso es inadmisibles desde el punto de vista normativo y, frecuentemente se imposibilita su empleo, por ejemplo: día del niñ@, la contracción es válida únicamente para el masculino.

Como se ha desarrollado, el género es una construcción netamente cultural, que clasifica a los individuos en las distintas categorías establecidas, regidas por la heterosexualidad como normativa. Por lo tanto, en la vestimenta, es el entorno social el que la determina. Aun así, se la podría implementar como alternativa de ruptura, para trascender la dualidad femenino-masculino, expresando la diversidad real que existe en la sociedad.

A su vez, a través de una visión integral, se debe transformar el contexto generando las condiciones apropiadas para que se logre una interacción igualitaria, que incluye a las personas y al Medio Ambiente. Por lo tanto, en el próximo capítulo se desarrollará la sustentabilidad como un recurso fundamental para que esto suceda.

Capítulo 4: Integrar la sustentabilidad

La autora ha desarrollado la manera en que la vestimenta masculina y femenina se han vinculado a lo largo de la historia, impulsando a diferenciar a las personas mediante las tipologías correspondientes a cada sexo. En el presente proyecto, la autora manifiesta como

alternativa, que sea el usuario quien se defina, por su estilo, sin repercutir en su orientación sexual.

Asimismo, para afianzar la propuesta, se debe considerar a la sostenibilidad como un aliado, para poder llevar a cabo el Proyecto, implementando materiales que contribuyan con el bienestar del usuario y el Medio ambiente. Así como también las tres erres: Reducir, Reciclar y Reutilizar. A su vez, se considerará al comercio justo como un medio para la integración de la sustentabilidad en el plano social.

4.1 Materializando la sustentabilidad

El textil es el componente que materializa el diseño de indumentaria. Es una lámina de fibras que se relacionan entre sí para conformar la tela, con un ancho determinado que se extiende a lo largo de la pieza. A partir de los materiales que la componen, las fibras pueden clasificarse en: naturales (vegetales y animales), minerales (como el amianto y las mallas metálicas), artificiales (como la celulosa o las fibras regeneradas a partir de una fibra natural) o sintéticas (derivadas del petróleo, en su mayoría). A su vez, todo tejido tiene un elemento pasivo, la urdimbre, y otro activo, la trama.

El textil permite conformar la silueta en torno al cuerpo. Lo envuelve, contiene, sigue y traza. En la indumentaria es imprescindible valorizar las cualidades del material, según su peso, caída, maleabilidad, movimiento, adherencia y textura; además de los atributos superficiales, como el color, el dibujo, la trama, la estructura, el brillo, la opacidad y la transparencia. El textil, como nexo entre el cuerpo y el Medio ambiente, debe incluir la funcionalidad del material para responder al clima, cumplir las necesidades de protección, de resistencia a la fricción, de aislamiento (ignífugo, eléctrico, bacteriológico, radioactivo), de permeabilidad o

impermeabilidad y de ventilación. El diseñador debe analizar las características propias del material para llevar a cabo el proyecto de diseño.

Para la selección de los textiles se tendrán en cuenta conceptos funcionales, estéticos, económicos y tecnológicos: la composición interna y los efectos superficiales, la calidad, el precio y las ocasiones de uso, la morfología de la prenda, su relación con el cuerpo/usuario en un determinado contexto y su efecto de superposición en el conjunto de la vestimenta. (Saltzman, 2006, p.44).

El material del que está confeccionada una prenda infringe en una amplia gama de problemas vinculados con la sustentabilidad: el cambio climático, efectos adversos sobre el agua y sus ciclos, contaminación química, pérdida de biodiversidad, uso y abuso indebido de recursos no renovables, producción de residuos, impacto negativo en la salud humana y consecuencias negativas en las comunidades productoras.

El textil es un factor indispensable para lograr una mayor sostenibilidad. Es necesario emplear materias primas renovables, que permitan al desarrollo de fibras, renovarse rápidamente. Asimismo, se requieren materiales que en la elaboración utilicen poco aporte de agua, energía y productos químicos, aplicando técnicas de producción con fibras sintéticas de bajo consumo (también conocidas como de baja emisión de carbono) y el cultivo de fibras naturales ecológicas.

A su vez, los materiales seleccionados deben generar pocos residuos, impulsando el interés hacia las fibras biodegradables y reciclables, provenientes de la cadena de desechos de particulares como los de la industria. También, se deben utilizar fibras creadas por productores y fabricantes que provean buenas condiciones laborales como las que se establecen en los códigos de conducta de productores y las que aportan a la clasificación de las fibras el certificado de *Fairtrade* (Comercio Justo, en español).

Las fibras sintéticas, están elaboradas con productos químicos a base de carbono y se clasifican como no biodegradables. Persisten y se acumulan en el Medio ambiente debido a que los microorganismos no poseen las enzimas requeridas para descomponer la fibra. Asimismo, hay prendas que contienen mezclas de fibras naturales y sintéticas (por ejemplo, lana y acrílico), que inhiben su degradación.

Las prendas no sólo se componen de fibras, sino también, algunas tipologías requieren de la utilización de forros (realizados con adhesivos de fijación), hilos, botones y cremalleras, que se van descomponiendo a distintas velocidades, en diferentes condiciones y con diversos efectos. Por ejemplo, una camisa de algodón que utiliza hilo de poliéster y etiquetas o entretela con fijación sintética, esta demorando inevitablemente, el proceso de degradación. En su mayoría, son polímeros de hidrocarburos que provienen del petróleo, siendo este, un recurso no renovable y uno de los causantes del calentamiento global.

Si se disminuyera la cantidad de químicos que se emplean en los campos durante el cultivo de muchas fibras, principalmente del algodón (fibra natural más importante del mundo), favorecería a la salud de los trabajadores, el suelo y el agua, cuya toxicidad se reduciría notablemente.

En la actualidad, se gastan mundialmente por año, dos mil millones de dólares en productos químicos para la fumigación de los cultivos de algodón, casi la mitad de los cuales se estiman suficientemente tóxicos como para que la Organización Mundial de la salud (OMS) los clasifique como peligrosos. Los campos de algodón absorben un 16% de los insecticidas que se utilizan en el mundo, superando al resto de los cultivos. Por día se expulsa casi un kilogramo de pesticidas nocivos en hectárea del suelo en el que crece el algodón.

Hay más de cien países que cultivan algodón, cada uno con sus respectivos problemas y condiciones biológicas, no necesariamente por el uso de productos químicos. Por ejemplo,

en Asia central, son los recursos hídricos, el mar de Aral se ha reducido en tamaño porque el agua de los ríos que desembocan en él se desvían para regar los campos de algodón de la zona. En África Occidental, a pesar de que abundan las precipitaciones, se prioriza para la sostenibilidad, el uso de productos químicos en vez de la desviación de ríos, no obstante la contaminación que se genera en el agua es un grave problema.

Las diferencias que se presentan, han impulsado a desarrollar estrategias regionales para las necesidades específicas de la zona, asegurando que muy pocos de los problemas que hay actualmente tienen solución mundial que funcionen en todos los casos. Aunque, en los modelos económicos, predominan las resoluciones universales, menoscabando a otras regionales y a menor escala, debido a su fácil ejecución. (Fletcher, Grose, 2012, p. 23).

La industria de la moda deberá hallar las vías necesarias para reducir el consumo de agua en la producción de las fibras, debido a que la escasez aumentará como también el valor monetario de su utilización, por lo tanto, la disminución de su consumo es una imposición económica, no sólo de sostenibilidad. (Fletcher y Grose, 2012).

Se estima que la industria textil a nivel mundial utiliza 378.000 millones de litros de agua al año, a pesar de que la superficie terrestre puede renovarse con las lluvias, se requieren cientos o miles de años para que los acuíferos subterráneos se vuelvan a llenar una vez que se acaben. (Clay, 2004).

El agua se mueve por encima y por debajo del suelo en un ciclo continuo, manteniendo su volumen. Es un recurso limitado cuya demanda continúa creciendo y, a medida que se desarrolle la industrialización globalmente y crezca la población, lo hace también la presión sobre las reservas de agua. El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) estima que en los próximos 20 años los individuos van a utilizar un 40% más de agua de lo que se usa actualmente. A su vez, se incrementa la demanda y el suministro de

agua potable se reduce debido a la creciente contaminación. Cabe destacar que según la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) y el Foro Económico Mundial, “El mundo se encuentra al borde de la quiebra de agua, lo que probablemente tendrá unas repercusiones globales aún mayores que la debacle financiera que está desestabilizando la economía mundial”. (UNESCO,2012) .

4.2 Fibras naturales

Las fibras naturales son sustancias muy alargadas producidas por plantas y animales, que se pueden hilar para obtener hebras, hilos o cordelería. Se obtienen a partir de fuentes naturales: vegetales, tratándose de fibras compuestas por celulosa; o de naturaleza animal, fibras formadas por proteínas.

Durante la última mitad del siglo pasado, las fibras naturales en la vestimenta, tapicería, industrias y agricultura, han sido sustituidas por las fibras sintéticas (acrílico, nylon, poliéster y polipropileno). La industria textil suele juzgar los tintes naturales por su restringida oferta de materias primas y porque su repetitividad y escalabilidad son discutibles, como también la fijación del color a largo plazo, especialmente en las fibras celulósicas. El objetivo de los tintes naturales es trabajar dentro de los límites de la naturaleza, lo que implica un proceso lento que no admite las normas de la industria.

El color es uno de los componentes principales en la apariencia de las prendas. Hay ciertos factores que intervienen en materia de sostenibilidad dependiendo del color que se escoja: el tipo de fibra, los colorantes, productos químicos complementarios, el método de aplicación, la clase y antigüedad de la maquinaria y la dureza del agua, entre otros.

El éxito de las fibras sintéticas se debe principalmente a los costos. Asimismo, para garantizar un buen volumen de ventas de un producto, la industria de la moda ha inventado temporadas artificiales, incentivando a los usuarios a cambiar de aspecto y modelos, asignando a las personas un determinado código social, regido por las últimas tendencias. Frecuentemente se designa bajo el nombre de tendencia a cualquier fenómeno de polarización por el que un mismo objeto seduce simultáneamente a una gran cantidad de personas. (Fletcher y Grose, 2012).

Aunque existe una postura antagónica que pretende disminuir la lógica industrial dominante, diseñando indumentaria *trans-seasonal*, (prendas que atraviesan o trascienden las temporadas, en español). Los diseñadores indagan, por ejemplo, acerca de los posibles colores que puedan funcionar durante varias temporadas, permitiendo ser combinados con otras prendas que el usuario ya posea. Asimismo, estimula a reflexionar sobre cuál es la magnitud del cambio necesario y cuáles son sus motivaciones.

A su vez, las fibras sintéticas, al ser producidas en masa y utilizadas por su resistencia, longitud, velocidad y volumen han dado lugar a la despersonalización, ocasionando que los usuarios desconozcan a los fabricantes y el origen de los materiales, en pos de los beneficios de producción. Fletcher y Grose (2012) expresan: “La ropa se ha convertido en un conjunto de objetos inanimados que básicamente proporcionan un medio de alcanzar objetivos comerciales”. (Fletcher y Grose, 2012, p.85).

4.3 La economía y la moda

Las prendas comenzaron a abundar en el siglo XX. Precedentemente, eran artículos de gran valor que se debían conservar cuidadosamente tanto por su precio como por su escasez. Se

empleaban técnicas para prolongar su durabilidad, como la utilización de parches o el recorte de zonas rasgadas; se ponían galones o cintas a los dobladillos, los puños y el cuello para impedir que se deshilaran y se hacían grandes dobladillos que posibilitaban una futura modificación de la prenda.

El crecimiento económico excesivo de los países en los que los habitantes tienen cubiertas las necesidades básicas es contraproducente, no sólo porque se utilizan recursos naturales cada vez más escasos para una población creciente y la salud integral del ecosistema del que dependen todos, sino también porque disminuye la resistencia social, que es fundamental para enfrentar a los inminentes desastres naturales.

La filosofía tradicional de la economía basada en el crecimiento defiende como natural que las personas tengan el incesante deseo de poseer más cosas y de encontrarse con la novedad. No obstante, esa pretensión de variabilidad es fácil de manipular por el comercio. El mensaje cultural del incremento material es frecuente en la vida diaria, persuadiendo a las percepciones e impidiendo la diferenciación entre las necesidades reales y los deseos inducidos, en un momento en el que el 20% de la población mundial consume el 80% de los recursos naturales de la Tierra.

En la actualidad, la práctica llevada a cabo por el diseño de moda no está preparada para mejorar las deficiencias sociales, debido a que su integración en el mercado mide el éxito en términos de crecimiento económico. La suposición de que siempre se anhelan más cosas, asume que los usuarios requieren más y obligan a la industria a conservar ese deseo para mantener la actividad comercial. En la moda, el principal impulsor del incremento económico es la ropa femenina, representando el 65% de la industria global. (Fletcher y Grose, 2012).

Se ha comenzado a cuestionar acerca de la exigencia cultural para con las mujeres, como usuarias pioneras en el ámbito de la moda. No obstante, existen ejemplos de divergencia

con el modelo imperante. Tal es el caso de *Great American Appareal Diet* (Gran dieta estadounidense de la apariencia, en español) que tiene una postura opuesta al consumo y se lleva a cabo mediante programas de apoyo, en los que las mujeres intercambian historias tras comprometerse a no comprar ropa durante un año. Del mismo modo, la artista Alex Martin propuso desafiarse a sí misma, repudiando a lo que ella describe como “el cuento que nos han vendido sobre lo que nos hace buenas (a las mujeres), atractivas e interesantes” (Martin, 2009). Luego de examinar el tiempo, el esfuerzo y los recursos económicos que se destinan en ropa, llevó a cabo el experimento *One-woman show against fashion* (El espectáculo de una mujer contra la moda) vistiendo durante un año un vestido marrón y arremetiendo contra el consumo a través de su *blog*. Allí se puede observar cómo adaptó la misma prenda según las actividades que realizaba y las estaciones, combinándolo con ropas que ya poseía.

Otro factor importante a tener en cuenta es la durabilidad de las prendas. A menudo se considera que la vida útil de las prendas es un fenómeno netamente físico (materiales resistentes y buena confección), que están sujetos a la lógica de consumo cíclico impulsada por la sociedad y la cultura occidental. Cabe destacar que la durabilidad física es un recurso erróneo en términos de sostenibilidad, el hecho de que una persona se deshaga de un producto, no significa que sea de mala calidad, sino que la relación entre el producto y el usuario ha fallado, persistiendo la materialidad y no así el deseo, lo que conlleva a convertir la prenda en residuo. Se estima que el 90% de la ropa se tira mucho antes de alcanzar el fin de su vida útil. (Fletcher y Grose, 2012).

Actualmente ha aumentado el interés de los usuarios en informarse sobre la procedencia de los productos, cómo fueron realizados y asegurarse de que no dañen la salud ni contaminen el planeta, categorizándolos como productos sustentables. La sostenibilidad consiste en

preservar la vida mediante el equilibrio ecológico: humano, animal, vegetal y planetario. Un sistema que se sostiene no extrae más del Medio ambiente de lo que luego devuelve, sin agotar sus recursos. (Brown, 2010).

La ecologista chilena Sara Larraín (2011), describe la sustentabilidad desde dos perspectivas: lo ambiental y lo social. El primero, hace referencia a asegurar el bienestar de los usuarios, protegiendo y manteniendo los sistemas vivos de las tierras y los biofísicos que permiten la conservación de las funciones del planeta; la utilización sustentable de la Naturaleza y los ecosistemas; la instauración de cambios de conducta, normas, leyes y modelos económicos necesarios para asegurar la sostenibilidad ambiental. La segunda, tiene como propósito la equidad, erradicando la pobreza, la distribución igualitaria de los beneficios de producción y desarrollo, y la ejecución de condiciones dignas para la vida humana. La sustentabilidad social se responsabiliza a satisfacer las necesidades de los individuos, establecidas en los derechos económicos, sociales, políticos y culturales. Asimismo, implica derechos como la identidad, la integración social, la libre expresión y la igualdad entre géneros.

4.4 Hacia un Comercio Justo

Los productos textiles y de indumentaria otorgan empleo, a escala mundial, a más de cuarenta millones de personas, quienes frecuentemente no disfrutan de las condiciones dignas de trabajo: salarios indecentes, empleo de trabajadores sin contrato, falta de convenios colectivos, explotación infantil, trabajo forzado, seguridad e higiene laboral inexistente y talleres clandestinos.

Sin embargo, se observa un notable crecimiento en los sistemas de certificación con el fin de optimizar las condiciones laborales y cadenas de comercio justo que aseguren formas productivas no contaminantes y, fundamentalmente, un pago digno al trabajador. Asimismo, al ser una industria presionada por las modificaciones en las pautas del consumo, debe instruirse sobre los impactos medioambientales, para saber exactamente lo que producen las diversas combinaciones, mezclas de texturas y materiales, para desarrollar una conciencia ética de respeto y mejorar la calidad de vida.

El objeto indumentario, al estar en contacto directo con el cuerpo, deberá adecuar sus propiedades a los criterios de calidad. El parámetro ecológico comienza a establecerse dentro del conjunto de las exigencias cualitativas, refiriéndose al estado ecológico de la prenda y de la producción. Se deberán tener en cuenta los datos de consumo de energía, materias prima y auxiliares, residuos y formación de sustancias contaminantes, abarcando todo el ciclo de vida del producto, desde la obtención de las materias primas hasta su eliminación. (Saulquín, 2010, p. 252).

En varios países de América Latina la obligatoriedad del etiquetado de la prenda incluye únicamente la composición y cuidado. En cambio, la CE, *Conformité Européene*, es una marca europea que asegura que el producto ha sido evaluado previamente a ser introducido en el mercado y que cumple con los requisitos para ser comercializado (integrado por los 27 Estados que conforman la Unión Europea y por la Asociación Europea de Libre Cambio, y los Estados Unidos de Norteamérica). El etiquetado asegura al usuario que la prenda no posee sustancias prohibidas. Las sustancias potencialmente nocivas son: elementos de níquel (botones, hebillas, etc.), tinturas con potencial riesgo cancerígeno o alergénico, tinturas azoicas (cancerígenas en su producción), formaldehidos, pesticidas, fenoles clorados, clorados bencénicos y tolueno, metales pesados (Cr, Cd, Ni, entre otros), solidez

del color (cerciorarse que no descargue colorante sobre la piel), valor del pH, flatatos para artículos de bebé, emisión de componentes volátiles, olor. (Marino, 2010, p.280).

El Comercio Justo es una consecuencia del mercado que surge de la necesidad de conservar la producción industrial (abarcando la de la moda) dentro de unos límites seguros y respetuosos con las personas. Es una manera organizativa de resolver un problema más profundo que es el de la pérdida de conexión dentro de la cadena de suministro, donde el diseñador o la empresa ya no conoce al fabricante. El principal objetivo es crear oportunidades para los trabajadores y productores que el sistema comercial convencional ha marginado o desaventajado. Cabe destacar que: “el simple hecho de que exista la certificación *Fairtrade* o de Comercio Justo indica que algo va mal en el sistema económico actual”. (Fletcher y Grose, 2012, p. 21).

Los productos textiles, desde las técnicas de materialidad, pueden contribuir a mejorar la calidad de vida, por ejemplo en la medicina, en el desarrollo de productos de seguridad, técnicos y de protección para las personas, en reemplazo de los materiales que no son biodegradables y no contribuyen al cuidado del Medio ambiente. Asimismo, pueden proporcionar confort y nuevas funcionalidades asociadas a la moda, aunque fortaleciendo el concepto de moda ética.

4.5 Moda ética en America Latina

Dentro del Cono Sur durante la última década del siglo XX comienzan a surgir emprendimientos de modas comprometidos ideológica y políticamente con el producto, su forma de producción y el ciclo de vida. Están orientados a la innovación, la diversidad cultural, el equilibrio social, las prácticas de trato justo y la responsabilidad empresarial.

Estas perspectivas han ido creciendo de un modo particular en Latinoamérica desde finales del siglo XX, aunque con más fuerza durante el presente siglo.

En América Latina emerge un factor en los proyectos ecológicos: la fuerte conexión con la cosmovisión de las culturas ancestrales, que representan, desde tiempos inmemoriales, los valores de la sustentabilidad, integración con la naturaleza, trabajo colectivo, condiciones de trabajo dignas, respeto al medio ambiente y a los valores culturales y comunitarios.

Si bien las campañas medioambientales han motivado a concientizar al sujeto sobre los problemas ecológicos, no se ha logrado modificar el comportamiento. Es decir, las personas suelen estar informadas intelectualmente, pero no de una manera visceral. Por lo tanto, se debe cambiar el mensaje sobre la sostenibilidad, porque limitarse a comunicar la urgencia del conflicto hace que la gente se sienta forzada y se resista aún más a cambiarlo. Es probable que uno de los motivos de este problema es que frenar el consumo no solo enfrenta a las grandes corporaciones, y la premisa sobre la que se establece el progreso occidental, además indaga acerca de la importancia social y cultural que tienen los objetos para las personas, la esencia del significado y de la identidad que se ha forjado mediante las cosas materiales. Aunque, las razones por las que se compra, usa y guarda una prenda son difíciles de aprehender, debido a que no hay dos personas que perciban o respondan del mismo modo ante una prenda.

La organización de ambientalistas de Greenpeace defiende a la regla de las tres erres: Reducir, Reutilizar y Reciclar. Este modelo es utilizado para el consumo de los productos de desecho en la vida cotidiana, aunque también es empleado por la moda ética debido a que las prendas tienen el mismo fin.

Reducir: la cantidad de productos que se consumen superflamente para impedir los derroches de agua, petróleo y materias primas que han utilizado para producirlos. Las reducciones de las compras innecesarias de productos, principalmente aquellos que son de plástico, poseen poca vida útil y su descomposición en el suelo puede durar miles de años. Entre los más frecuentes se encuentran: envases, envoltorios, bolsas y artículos descartables.

Reutilizar: los objetos diarios para generar menos residuos y evitar el malgasto de recursos para otros productos nuevos que lo reemplacen. El propósito es prolongar los ciclos de vida de los productos ya adquiridos, otorgándoles nuevos usos, modificándolos, como también mediante el intercambio o la donación. Esto evita que terminen siendo desechos aquellos productos que aún perduran.

Se estima que los negocios dedicados a la reutilización de ropa preservan entre un 90 y un 95% de la energía requerida para realizar nuevas prendas. (Allwood, et al., 2005). El ciclo de reutilización es antiguo y está establecido, aunque las dinámicas de reutilización de las prendas varían por el incremento del consumo, a la preferencia de un mercado barato y a la eliminación.

Hay distintas actividades referidas a la reutilización, puede ser directa, recopilando y seleccionando prendas para destinar a negocios de ropa *vintage* o a los intermediarios que posteriormente las revenden. Estas opciones generan puestos de trabajo porque se prolonga el uso de la ropa, ahorrando recursos. Aunque, esto sucede sólo con el 10%, el resto se embala y se destina a los mercados de ropa usada de otros países. (Allwood, 2006). Esta realidad hace pensar que una forma de innovar sería encontrar el modo para reacondicionar

esas prendas en concreto, debido a que son las que representan el mayor problema. (Fletcher y Grose, 2012).

Reciclar: a partir de los productos que ya se poseen y se pretenden desechar, creando nuevos, empleándolos como materia prima. El reciclado puede correlacionarse con el proceso de la reutilización. Una vez que culmina la vida útil del producto, se procede a descomponerlo, personalizarlo para que cumpla una nueva función o convertirlo en un artículo nuevo. Se crea un proceso de renovación del ciclo, evitando que los desechos contaminen el suelo, el agua y la atmósfera.

Actualmente, el proceso de reciclado implica recuperar las fibras de los tejidos existentes por métodos mecánicos o químicos. Los primeros sólo se pueden realizar con las fibras sintéticas, en cambio, en el segundo se pueden extraer todas las clases de fibras. Esto se debe a que si se procede a intervenir una tela con una desfibadora textil, se descompone el tejido, se romperán las fibras (dejándolas más cortas) y sólo servirán para procesarlas y transformarlas en un hilo grueso de peor calidad.

Existe una tendencia generalizada a deteriorar la calidad del material durante el reciclado: habitualmente se utiliza el concepto de *downcycling* (infraciclado en español), que es una práctica antigua en la que el valor del material reciclado es menor que el artículo original. Esto se agrava debido a la falta de indagación sobre los métodos de reciclado mecánico, que utilizan la misma tecnología hace 250 años. Antes, los materiales solían convertirlos en mantas o abrigos de lana, en cambio, actualmente, se destinan como material aislante o relleno de colchones. Se presume ahorrar con el reciclado mecánico comparado con la producción de material nuevo, debido a que utiliza menos energía y si la materia prima es separada por colores y luego procesada con los lotes del mismo color, no se necesita volver

a teñir la tela, eliminando el impacto que supone la energía y el agua. (Grose y Fletcher, 2012).

4.6 Empresas responsables

Cabe destacar, que en la actualidad, se han incrementado la cantidad de empresas responsables con el Medio ambiente. La autora seleccionó algunas propuestas para ejemplificar las alternativas que pueden ser llevadas a cabo beneficiando al producto y a los servicios.

En 2008, Flippa K, firma sueca que diseña prendas de mujer y hombre, a precios estándares, abrió un negocio en Estocolmo de segunda mano en la que únicamente se venden productos de su propia empresa y que los clientes no los quieren más. Flippa K tiene este local sin pretensión de lucro, brindándole al cliente la posibilidad de vender los artículos que ya no desean más y otorgándoles una comisión a cambio.

Aunque, la empresa selecciona las prendas que acepta y en caso de que la prenda no pueda ser vendida, es devuelta al propietario. Ellos han comprobado que al regresar la prenda a la firma que fue comprada, se benefician a las nuevas colecciones y a las ofertas de segunda mano. Asimismo, contribuye a constatar la durabilidad de sus productos, favoreciendo a las colecciones venideras.

Otro ejemplo es la marca japonesa Konaka que, conjuntamente al diseñador Kansai Yamamoto y el sastre de Savile Row, John Pearse, han realizado el *Shower Clean Suit*, que permite lavarse con un chorro de agua templada y se seca sin quedar arrugado. Esta

realizado a base de lana y fibras solubles en agua. Posteriormente a la confección, es sumergido en agua, de manera tal que las fibras solubles se disuelven y generan un tejido hecho de lana y de multitud de cavidades que posibilitan que el agua atraviese fácilmente las fibras, llevándose la suciedad. La ventaja es que no necesitan limpiarse en seco, por lo tanto, no se requieren disolventes, electrodomésticos ni detergentes.

La diseñadora Karina Michel utiliza los desechos de la fábrica de ropa *Pratibha Syntex*, que se dedica a las prendas tejidas en la India. El objetivo de Michel es reducir la cantidad de residuos generados por la empresa, que actualmente es de un 30% (incluyendo sobras), mediante la técnica *reverse appliqué*, con la que une a máquina y, a la vez, va cosiendo a mano distintas telas tejidas superpuestas y, posteriormente, corta algunas partes, de manera tal que permite visualizar los distintos niveles de colores que hay debajo. Convertir los desperdicios de la fábrica en prendas artesanales pone en evidencia la capacidad del diseño para innovar en materia de sostenibilidad.

Luego de desarrollar la situación actual en materia de sustentabilidad, se puede llegar a la conclusión de que no es el planeta el que está en peligro, sino las personas. Partiendo de esta premisa, los diseñadores deben pensar en propuestas que cambien los paradigmas y no sólo los productos o los procesos. A su vez, aparecerán nuevos modelos de negocio diseñados para ser sustentables.

El comercio continuará siendo el gran impulsor, pero el éxito se regirá según el valor social, cultural y medioambiental. Es decir, se deberá considerar que la función del objeto en sí no sea inducida sino que cree conciencia.

En el próximo capítulo se expondrán los elementos que se deben considerar para que un diseño se adapte al marco propuesto y contribuya a mejorar la calidad de vida.

Capítulo 5: Interpretación tipológica

En el presente capítulo se expondrán los elementos que contribuyen a efectivizar un diseño. A su vez, se especificará los requerimientos que se deben considerar para contribuir con su movilidad y para ampliar el uso de una prenda, considerando que el usuario es único que anhela ser considerado como tal. Por lo tanto se considerarán las cualidades intrínsecas del material, su funcionalidad y las alternativas para optimizar su uso.

5.1 Los elementos del diseño

Siguiendo el pensamiento de Wucius Wong (1969) el diseño es un proceso de creación visual con un propósito. Debe cubrir las exigencias prácticas del usuario. “Un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo” (Wong, 1969, p. 15). Su creación es práctica, debe cumplir una función específica y estética, expresando o guiando el gusto de una época. A su vez, posee elementos imprescindibles que determinan la apariencia definitiva y su contenido. Se distinguen cuatro grupos de elementos: conceptuales (punto, línea, plano y volumen), visuales (forma, medida, color y textura), de relación (dirección, posición, espacio y gravedad) y prácticos (representación, significado y función).

Sue Jenkyn Jones (2005) hace referencia a los elementos específicos del diseño de indumentaria, los cuales se relacionan con los propuestos por Wong quien los aplica para el diseño en general. La autora determina que los principales elementos en la indumentaria son: silueta, línea y textura.

Saltzman (2005) coincide con Jenkyn Jones, afirmando que la silueta es la forma que surge al trazar el contorno de un cuerpo, cuya representación es tridimensional. En la indumentaria, corresponde a la distribución espacial de la vestimenta según el modo en que enmarca la anatomía, define sus límites y la califica. La conformación de la silueta depende de las resoluciones constructivas de las prendas que tienden a acercarla o alejarla del cuerpo, y la calidad del textil, según el peso, la caída, la elasticidad, la rigidez y el volumen; explorando la versatilidad de una prenda en función de la flexibilidad de sus usos y funciones. La silueta es casi siempre la primera impresión de una prenda, vista a distancia y antes de que se perciban los detalles. Se considera que una silueta puede ser, en cuanto a su forma, trapecio, bombé o anatómica y de línea insinuante, adherente, tensa, difusa o rígida.

Las líneas están determinadas por uniones, costuras, recortes, pinzas, ajustes o la implementación de avíos o cerramientos que generan recorridos visuales a lo largo y a lo ancho del cuerpo, implicando direccionalidad. Saltzman (2005) agrega el concepto de líneas constructivas refiriéndose a ejes estéticos del diseño, siendo el correlato de las líneas de inflexión de la anatomía, contribuyendo en el modelaje de sus formas, su libertad de expresión y movimiento. Asimismo, las líneas constructivas que son consideradas para configurar la silueta (fuelles, frunces, articulación de planos, pliegues, plisados, etcétera) son, al mismo tiempo, elementos de intervención y evaluación de la superficie.

La textura es el material textil a partir del cual se planea idear la silueta y la línea propuesta. Los diseñadores deben saber cómo se comporta un tejido, para seleccionar el adecuado y obtener resultados precisos y satisfactorios.

La manera en que la silueta, las líneas y las texturas pueden combinarse se llaman principios y son: repetición, ritmo, graduación, radiación, contraste, armonía, equilibrio y proporción

(Jones, 2005, p. 99). A continuación, se describirán brevemente los ocho principios que propone Jones,

1. La repetición se basa en el uso reiterado de elementos de diseño, detalles o adornos en una prenda. Una característica puede ser repetida regular o irregularmente. Puede ser parte de la estructura, del tejido o de adornos aplicados.
2. El ritmo es producto del uso regular de algún elemento de repetición, o en los motivos de estampas.
3. La graduación es un tipo de repetición más compleja, incluye la incrementación o decrecimiento de tamaño o cantidad. Puede utilizarse para destacar u ocultar determinadas zonas del cuerpo.
4. La radiación es la utilización de líneas de diseño que parten en abanico desde un punto central.
5. El contraste es uno de los principios más útiles del diseño. Consiste en una comparación en la cual se destaca la diferencia.
6. La armonía implica similitud y equilibrio, colores que no desentonen y telas que combinen en estructura y peso.
7. El equilibrio se relaciona principalmente con el cuerpo como soporte simétrico a lo largo del eje vertical. Asimismo, se debe tener en cuenta que el ojo humano busca equiparar el peso visual de lo observado, por lo tanto todos los aspectos deben estar compensados.
8. La proporción es el modo en que se relacionan todas las partes separadas en el conjunto. Sirven para establecer parámetros de comprensión y representación del cuerpo y de los diferentes elementos, longitud de planos en mangas, piernas o torsos y la ubicación de accesorios y avíos en relación al tronco, largo de brazos, movimientos de articulación, dimensión de puño, entre otros. Es una medida postulada como ideal, es imprescindible

indagar en las proporciones de los cuerpos reales, más allá de los establecidos. (Saltzman, 2004, p.30).

El ordenamiento de los elementos según su especie, posición y número, determina el plan de formación de la simetría.

El término simetría proviene del griego *sy'mmetros*, que se traduce al español como mensurado, apropiado, proporcionado, que alude a la posición que ocupan las partes de un todo entre sí. Es la armonización de distintas partes de un todo, otorgada por una relación (bella) de una parte con otra y de ambas, con el todo. Se manifiesta mediante la repetición constante de motivos idénticos, parecidos y diferentes. A su vez, proporciona la base natural para ordenar sistemáticamente todas las formas. Para la concepción de lo bello se requiere de la forma, es decir que la simetría se presenta cuando las ideas se materializan. (Kuhn, wolf, 1959, p. 9).

5.2 Anatomía en movimiento

Para el desarrollo del diseño de indumentaria hay que conocer la conformación anatómica y la movilidad humana, contextura y proporciones. El cuerpo está conformado por la estructura ósea, órganos vitales, la musculatura, las articulaciones, las redes de tendones y de nervios, la epidermis, las arterias, las venas, etcétera. La columna vertebral funciona como eje corporal y se extiende a lo largo del tronco, creando una simetría bilateral, compuesta por una sucesión de curvas que se compensan, dándole solidez y flexibilidad. La postura ideal une en una misma línea imaginaria las orejas, los riñones y los tobillos. En los miembros superiores e inferiores, las articulaciones son los puntos de inflexión del esqueleto que, mediante los músculos, posibilita el movimiento, que depende del grado de tensión o relajación de la musculatura. La división inferior y superior permite localizar espacialmente la vestimenta en torno al cuerpo, tomando al ombligo como centro.

La ubicación de las articulaciones y sus diferentes ángulos de apertura y direccionalidad exigen pensar la morfología de las prendas según las actividades del usuario. A su vez, las articulaciones plantean límites formales que es preciso considerar para evitar tensiones o impedimentos en cuanto al desenvolvimiento natural del cuerpo. El concepto de movimiento implica la transformación de una forma dada, teniendo en cuenta que en la indumentaria el cuerpo es el soporte del diseño y tiene movimiento propio. (Saltzman, 2006).

“El movimiento es un estado natural del hombre y esencia de su ser. La vida humana es un estado no estático, desde el guiño del ojo hasta la velocidad máxima al correr, durmiendo o despierto, el hombre se mueve (...)”. (Kaplan, 1983, p. 40).

5.2.1 Definir la moldería

Según la Real Academia Española un molde es “un instrumento, aunque no sea hueco, sirve para estampar o para dar forma o cuerpo a algo” (Real Academia Española, 2009).

En el diseño de indumentaria, el trazado de la moldería es un proceso que pretende desglosar en el plano una determinada morfología que se ha realizado en un figurín o geométral. Se requiere una precisa elaboración de las medidas, uso de la proporción e información técnica (nombre/numero, dirección del hilo, talle y cantidad de piezas que se deben cortar). El diseño se debe proyectar de manera tridimensional, debido a que la traducción del plano bidimensional del papel se convierte en un diseño de tres planos.

5.3 Funcionalidad morfológica

Según la Real Academia Española (2001) se dice que es funcional todo aquello en cuyo diseño u organización se ha atendido, sobre todo, a la facilidad, utilidad y comodidad de su empleo. Deberá cumplir con los aspectos prácticos y de comodidad de un objeto diseñado, que tiene como límite un cuerpo en movimiento, con los nuevos materiales y el balance ecológico, sin descuidar la significación de los códigos sociales. (Saulquín, 2010, p. 100).

En casi todos los países que integran la industria de la moda, innumerables factores se han potenciado para impulsar el cambio que empezó a gestarse a mediados de la década del ochenta y que va a acelerarse a lo largo de las primeras décadas del siglo XXI. La expansión del concepto de tejidos y prendas funcionales hacia la vestimenta cotidiana, que, al abandonar la órbita de la moda, pasa a integrar el nuevo sistema de la indumentaria.

Los nuevos cambios en el sistema de la indumentaria se dictan de lo transitorio, el adorno y lo accesorio, sustentándose sobre la configuración de las nuevas partes de las prendas, o sea sobre las morfologías, determinando prototipos diferentes y únicos, recuperando la unicidad, con la posibilidad de expresar la auténtica personalidad del usuario, al abandonar la órbita de la imposición social del consumo de moda. La nueva configuración del vestir pondrá su acento más en la calidad de la confección que en el prestigio de la marca, más en la practicidad, funcionalidad y confort que en los dictados autoritarios de lo que se debe llevar aunque incomode, más en el cuerpo real de las individualidades que en los cuerpos ideales de las imágenes sociales.

Al volverse autorreferencial y funcional, tal vez haya que cambiar el concepto de moda tal como se conoce en la actualidad. Adelantos tecnológicos y estéticos aplicados en estructuras indumentarias únicas y personalizadas, están lejos de los meros recambios en cada temporada que sirven para dinamizar las series. Para abandonar la lógica de la producción masiva a favor de una lógica de producción personalizada. (Saulquín, 2010).

Las prendas serán diseñadas con coherencia morfológico-conceptual y serán la proyección de la perspectiva de su diseñador, pero deberán responder a cuatro condicionantes fundamentales. Ser práctico-funcionales, pensadas para un cuerpo humano natural y no ideal, proyectadas desde el material según los requerimientos personales y cuidados de la naturaleza humana y ambiental. Estarán conformadas por la visión global del diseñador, que comunicará en cada prenda su propia toma de posición, pero estará atento a las necesidades específicas de las personas. (Saulquín, 2010, p. 128).

5.3.1 Prendas externas e internas

Haciendo referencia a un objeto textil, este como plano o lámina, está materialmente dotado de dos caras, que al tomar la forma de una determinada prenda en torno al cuerpo se convierten en superficie hacia el interior y el exterior. La faz interior de la tela es la que contiene al cuerpo o a la prenda que se le antepone en la intimidad más próxima al espacio anatómico. En cambio, la faz externa es la que se exhibe y establece el contacto visual y táctil con el medio. La relación interior-exterior, por lo general, posee diferencias cualitativas en cada una de sus caras, además está ligada a los aspectos constructivos del vestido: lo que se muestra u oculta. Destacar el interior de las prendas es un recurso que permite explorar la versatilidad de una prenda en función de la flexibilidad de sus usos y funciones.

En la actualidad es notable la tendencia de producción de textiles doble faz que llevan a profundizar esta relación. Comprender la relación interior-exterior puede contribuir en los aspectos morfológicos y funcionales del diseño. Su relación puede ser a través de interiores desmontables, rebatimientos de planos y reversibilidad.

Los interiores desmontables son planos que se añaden o desligan de la prenda mediante un sistema de articulación, flexibilizando la función de la vestimenta. El recurso de poder incrementar o quitar planos internos a la superficie convierte la ropa en un elemento con mejor adaptación al medio ambiente, brindándole mayores posibilidades de intervención al usuario, vinculándolo con la prenda y la circunstancia o contexto en que se la utiliza.

El rebatimiento de planos sucede cuando el plano interior gira y se rebate, quedando expuesto como superficie exterior. Generalmente, se utiliza en los bordes de las prendas, como cuellos, mangas y dobladillos o en las articulaciones de acceso.

La reversibilidad es la posibilidad de la prenda de funcionar de un lado o de otro, alternando sus caras, interior o exterior, en función del uso que se le quiera dar. Este recurso exige una resolución constructiva y de la superficie textil para ambas caras, de modo que sea posible concebir un elemento de indumentaria doble y altamente flexible, por caso, una campera con una faz deportiva y otra formal.

5.3.2 Abertura y cierre

La vestimenta al ser una estructura que contiene al cuerpo, es necesario que posea una vía de acceso. Se debe tener en cuenta que el diámetro mínimo sea equivalente o mayor que el del cuerpo-usuario, considerando qué clase de relación de proximidad se desea establecer entre el plano textil y la anatomía y qué clase de recursos habrá que emplear para sujetar, sostener y ajustar la prenda. Para que ello suceda se puede trabajar con mecanismos de desarticulación de los planos, sistemas de ajuste o efectos de rebote en el plano textil, que se adapten a su ajuste y se reduzcan a la figura de la silueta. A su vez, para cerrar o ceñir la

prenda, se procede a un mecanismo de ajuste que implica un movimiento más amplio o articulación de planos, ligado a la motricidad fina y el control visual.

El acceso y cerramiento de las prendas requieren una habilidad física específica por parte del usuario, es necesario realizar un análisis de las capacidades motoras del cuerpo, para determinar resoluciones morfológicas y constructivas que simplifiquen su acceso y cierre. Para que ello suceda, el sistema de avíos debe ser considerado desde un punto de vista estético, funcional y constructivo. Se debe establecer la compatibilidad entre la cualidad del textil y las características del avío a utilizar, considerando el peso y el grado de tensión que puede producirse en el textil al accionarlo, para lo cual resulta fundamental definir qué tipo de costura o unión integra a la prenda.

5.4 La intervención del usuario en el diseño

Generalmente la lámina textil suele ser automática, es decir, se expande o se comprime según las formas de la anatomía, aunque existe también la posibilidad de que el usuario reelabore la prenda, ampliando o contrayendo los puntos de unión entre los planos y de esta manera determinar la silueta deseada, o generando variaciones morfológicas que permiten romper con la serie de la producción industrial. Siendo las personas capaces de manipular la prenda, a través de la desarticulación, unión, inserción, rebatimiento y ajuste, posibilita el desarrollo de un diseño abierto e interactivo, más allá de los mecanismos habituales de apertura y cerramiento de las prendas.

Mediante la desarticulación se pueden agregar o eliminar elementos, alargar o acortar tipologías, quitar o poner mangas y planos de abrigo, modificar la silueta y crear

rebatimientos, ampliando las variables morfológicas e incluso permitiendo al usuario diseñar prendas modulares, constituidas por elementos sueltos y combinables según su personalidad.

Las prendas cumplen una función aun fuera del cuerpo, el modo de guardarlas, colgarlas y doblarlas, comprueba que la condición primaria del vestido es dependiente del soporte que brinda el cuerpo, siendo un elemento que no es auto portante. Es necesario ahondar en los aspectos que conforman al diseño para poder plantear una indumentaria con tipologías apropiadas, que contribuya al bienestar de los usuarios y que aumente su aprovechamiento, utilizando ambas caras de los textiles.

Como se ha mencionado, es imprescindible indagar sobre los elementos que componen al diseño para poder materializar la indumentaria. A su vez, se debe considerar al usuario en cuanto a su condición física, actividades y movilidad, logrando que la prenda cumpla con los requerimientos climáticos, funcionales y ambientales. Por lo tanto, es importante incrementar el aprovechamiento de una misma prenda y personalizarla para que el usuario entable un vínculo, utilizándola como un objeto que contribuye directamente con sus verdaderos deseos.

Para que esto pueda ser llevado a cabo, la autora considera que la alternativa más eficaz es un Proyecto de co-diseño, que integra al usuario y al diseñador, para que, conjuntamente diseñen una prenda. Por lo tanto, en el próximo capítulo se desarrollará la propuesta de co-diseño andrógino.

Capítulo 6: Desarrollo del Proyecto Profesional: “Laboratorio andrógino”

6.1 Introducción al co-diseño

Co-diseño significa diseñar de una manera conjunta con las personas que van a utilizar la prenda. En esencia, objeta contra la lógica actual basada en el crecimiento, que es llevada a cabo en la mayoría de las actividades de diseño, y ofrece una alternativa donde rigen imperativos como la existencia de más democracia y menos dominación.

Su realización es a través de procesos cooperativos e inclusivos y de la acción interactiva. La idea es que los usuarios tengan la posibilidad de participar en el proceso de diseño.

Durante la última década, ha aumentado la práctica de diseñar con los usuarios en lugar de para ellos. Esto se debe al creciente interés que surge en las dimensiones sociales y políticas del diseño, como también a las nuevas posibilidades de diseño que han surgido por internet. El co-diseño proyecta “reducir al mínimo los mecanismos jerárquicos y compartir la práctica entre múltiples participantes en condiciones lo más igualitarias posibles”. (Von Busch, 2012, p.144). También, el co-diseño cambia la tradicional jerarquía sobre quién tiene el poder, quién controla el crecimiento y quién toma las decisiones.

El arreglo de ropa es algo que se ha desvinculado con el diseño y la producción, debido a que la mayoría sólo se atiene a solucionar el problema específico, sin intervención creativa. Aunque, es posible modificar la prenda y adaptarla al usuario según su personalidad.

Según la Real Academia Española (2009), la palabra adaptar proviene del latín adaptāre, que significa acomodar, ajustar algo a otra cosa (RAE, 2009).

Cuando un diseño tiene como propósito la sustentabilidad, la adaptabilidad de un producto, un proceso o un sistema, es una respuesta al uso ineficaz de los recursos de la industria de la moda. Las estrategias de adaptabilidad pretenden aumentar el uso de la prenda con el fin de mejorar su eficacia y permitir optimizar resultados con la misma inversión. Es una alternativa que proporciona los medios necesarios para satisfacer el deseo de variedad del usuario y, a su vez, optimiza la productividad del material dependiendo de los atributos que caracterizan al producto: el color, la silueta, la textura, el estampado, la función y el detalle, posibilitando la manipulación y transformación de la prenda. Asimismo, a través de la flexibilidad y la transformación, la adaptabilidad podría incrementar la resistencia de la industria a largo plazo. (Fletcher y Grose, 2012).

Proponer otra alternativa en la que se organicen, distribuyan y utilicen los productos, ofrece la posibilidad de reducir la cantidad de materiales que se consumen y, a su vez, satisfacer los deseos de las personas. Se han desarrollado conceptos de negocios centrados en los servicios y no en los productos, con el objetivo de lograr mejoras en la sustentabilidad, reduciendo recursos y aumentando los beneficios.

6.1.1 Contexto de co-diseño

Junky Styling es un negocio de Londres, que hace más de una década elabora prendas a partir de desechos. Asimismo, modifica ropa gastada, antigua o que calce mal. La firma invita a los clientes a ser parte del proceso de diseño, exponiendo sus predilecciones y los inconvenientes que tenían con la prenda tal cual estaba. Luego, se rediseña y se modifica la prenda antes de que la persona se la pruebe y se puedan efectuar los últimos ajustes.

En Argentina, hay diseñadores que ejercen el rol de facilitadores. Tal es el caso de Ana Walsh que, luego de estudiar Ciencias de la Comunicación y posteriormente haberse especializado en moda, abrió un negocio de ropa *vintage*. Mediante ediciones limitadas diseña prendas con reminiscencias antiguas. Entre otros servicios, se encuentra el diseño de piezas a medida, adaptándose a la personalidad y físico de la persona, aunque respetando su estética romántica.

Cabe destacar un Proyecto de Grado de la Universidad de Palermo, escrito por Sofia Llavallol (2012), que proponía idear Design Your Self, un estudio para la creación de indumentaria *costumizada*. La propuesta de Llavallol incluía la realización integral de la prenda con la premisa de adaptar la prenda a gusto del usuario. Permitiéndole, a su vez, que el usuario firme la prenda, como recuerdo. (Universidad de Palermo, 2012).

6.2 La conformación de Laboratorio Andrógino

El objetivo es diseñar para el sector local de la moda promoviendo la esencia de la sustentabilidad que es: “la experiencia de la conexión entre las cosas; la comprensión real de las infinitas funciones que une el material, los sistemas socioculturales y económicos y la naturaleza”. (Fletcher y Grose, 2012).

Frecuentemente, en la industria, la información se mueve de arriba hacia abajo jerárquicamente, preservando la seguridad y la exclusividad del sistema de conocimiento. El co-diseño, tiene una organización horizontal en la que todos los elementos están vinculados e interconectados.

Los productos que brinda la industria de la moda son cada vez más homogéneos, lo que conlleva a debilitar la expresión individual porque los usuarios no tienen elección al margen de lo que se les ofrece. El objetivo principal del co-diseño no se centra en la innovación de los productos, sino en crear la capacidad en la población de comprender y diseñar de manera colectiva, para satisfacer las necesidades funcionales y emocionales del usuario.

La autora propone emplear las metodologías adquiridas a lo largo de la carrera universitaria para implementar las ideas de los co-diseñadores y las co-diseñadoras, transformándolas en productos.

La industria de la moda siempre ha sido un signo de exclusividad social y de divergencia genérica, es por eso que la autora decide realizar un proyecto en el que la premisa sea la integración, prevaleciendo lo humano, sin considerar cualquiera que sea su orientación sexual. En Occidente, con la vorágine consumista, se han ido perdiendo los valores, y en el

caso de la moda, se han ido banalizando. Como futura diseñadora, la autora prioriza anteponerse como persona, luego como facilitadora, para culminar en el rol de diseñadora.

Como se ha desarrollado en el capítulo 4, es imprescindible considerar que la sustentabilidad es un factor fundamental que no sólo incluye al producto, sino también se dirige a una conciencia social y cultural, que particularmente en este caso, incluye al diseñador y al usuario de indumentaria.

La innovación sistémica referida a la sustentabilidad comienza con un cambio en la manera de pensar y de actuar que promueva a emprender estructuras y prácticas que precisen y representen la actividad a partir de los límites económicos.

En Argentina, en comparación con los países más desarrollados, el precio de la moda es inaccesible para la mayoría de las personas, generando exclusión.

Está dirigido a un sujeto andrógino, como se ha desarrollado en el Capítulo 2, sin considerar la procedencia de la prenda, en cuanto a los supuestos parámetros genéricos impuestos. Es decir, la persona es la que decide qué tipología quiere utilizar. A su vez, quizás esa prenda provenga de un mercado vintage, que el usuario desea rediseñar y adaptarla a su estilo, considerando o no, los códigos sociales. Aunque, siempre debe cumplir con ciertos requisitos:

- El proyecto requiere la presencia de la diseñadora, como también la de la co-diseñadora o del co-diseñador. Por lo tanto, se considerará la opinión de ambos y, de esta manera, se podrá realizar el producto.
- En el caso de que la prenda requiera de una utilización extra de materia prima, se reutilizarán los retazos que ya se posean, como telas que se han acumulado a lo

largo de la carrera universitaria, prendas que se deseen destinar a una reutilización tercerizada y también a otras que han sido adquiridas por donación o herencia.

- Todas las modificaciones que se realicen en la prenda se registrarán bajo los parámetros de la sustentabilidad.

La propuesta del co-diseño plantea retomar el sentido genuino, único de la prenda, adaptándola a la personalidad del usuario y dejando atrás su origen de repetición industrial.

Al transformar la vestimenta, este adquiere el significado único que la persona eligió.

Así, se logra dejar atrás definitivamente la lógica consumista, las necesidades ficticias, para, en cambio, promover ideas y atender a las necesidades reales de los usuarios. Finalmente, el co-diseño termina por conformar no sólo productos, sino un servicio como producto principal.

6.3 Presentación del proyecto

A continuación se expondrá la presentación del proyecto que incluye las instancias que se llevarán a cabo en el proceso de co-diseño. Permite comprender la manera en que pretende realizarse y los aportes que garantizan que Laboratorio Andrógino es una alternativa eficaz y sustentable. (Ver cuerpo C)

Laboratorio andrógino es una expresión que hace referencia al hecho de investigar acerca de las nuevas formas de mejorar la funcionalidad de la prenda, en pos de contribuir a una reutilización, al mismo tiempo, suscitar ideas y establecer vínculos.

En primera instancia, el co-diseñador deberá solicitar una cita a través de la página web de Laboratorio Andrógino. Se eligió usar internet como medio prioritario debido al gran alcance

que tiene y a que brinda una posibilidad de conexión con el usuario sin intermediarios, lo que sería imposible de otra manera. En esta página de internet, además, se brindará toda la información que se necesite acerca del proyecto, de los requerimientos, de la cadena de valor y de quienes la conforman.

Se comenzará a promocionarlo por la red social Facebook, debido a que el impacto será inmediato y permite la difusión masiva y viral de manera gratuita. De esta manera, internet brinda la posibilidad de dar a conocer el procedimiento del proyecto, sin incurrir en las grandes inversión que se necesitarían para una publicidad gráfica, por ejemplo, que a su vez iría en contra de la sustentabilidad.

Es importante aclarar que al ser una propuesta personalizada, la diseñadora deberá analizar la cantidad de usuarios con la que podrá trabajar simultáneamente. En este caso se estima un promedio de tres usuarios por semana.

Una vez que se establece el encuentro entre la diseñadora y la co-diseñadora o el co-diseñador, se comienza a dialogar acerca de las preferencias e incomodidades que tiene el usuario con una o más prendas. Es necesario aclarar que el usuario quizá posea dos prendas que intenta recuperar, no sólo para reutilizarlas, sino también para incrementar las ocasiones de uso.

Cabe destacar que la diseñadora ejercerá el rol de facilitadora e intérprete del estilo de la persona, por lo tanto, no repercutirá sobre su gusto personal, aunque para poder materializar la propuesta sí considerará la silueta, la materialidad, los recursos constructivos, puntos de tensión y de apoyo, coherencia, peso, entre otros.

Luego, la diseñadora procederá a tomar las medidas corporales del usuario y comenzará a trabajar en lo acordado. Se estima que el plazo de entrega es de una semana. Aunque quizá

el usuario requiera de una segunda prueba. En ese caso, se considerará prolongar la fecha de entrega a un plazo de no más de diez días hábiles, con el propósito de proceder de una manera eficaz sin menoscabar las instancias de interacción y cooperación entre la diseñadora y el co-diseñador o co-diseñadora.

Se plasmará el diseño en un boceto que visualice la propuesta y también las alternativas de uso. En el mismo se relacionará la capacidad de interpretación y creación en un contexto abstracto. De esta manera, se constata una pieza única que vincula la ilustración de la creación conjunta con la persona, integrando ambos estilos.

Posteriormente (aproximadamente dos días) se publicará el boceto en la página de internet, como muestra de presentación. Esto constata el compromiso vigente a través del vínculo de reciprocidad en la que el usuario pueda observar las modificaciones que le van sucediendo a la prenda hasta lograr el objetivo. Asimismo, se expondrán geometales, dibujo técnico de la prenda en plano, que permiten visualizar el recorrido de la construcción de la nueva tipología.

A su vez, incentiva a que otras personas tengan la posibilidad de ser co-diseñadores de sus propias prendas. Se comparte públicamente como aporte que promueve integrar a personas desconocidas narrando una historia a través de la indumentaria.

Una de las características distintivas de Laboratorio Andrógino es que, conjuntamente con el boceto del geometal, se publicará un cuadro que visualice los cuidados que el usuario debe considerar para preservar la prenda y beneficiar su salud y el medio ambiente. De la misma manera que se viene desarrollando, se escoge la página web como medio para que las demás personas comiencen a concientizarse sobre los cuidados que se deben tener.

El siguiente paso consiste en informarle al co-diseñador o co-diseñadora que su prenda ya está lista para poder ser retirada. Es importante destacar que el último encuentro es imprescindible debido a que se podrá verificar la conformidad de la persona al incursionar en el rol del co-diseño. También puede suceder que por alguna razón que no involucra directamente al proyecto (calce, largo modular, etcétera), el usuario no termine de identificarse con la prenda. En ese caso, aunque se estima a modo de excepción se prolonga la entrega acordada.

Laboratorio Andrógino es una alternativa que pretende anteponer el vínculo cooperativo entre ambas partes. Es un proceso lento, aunque se compensa con el seguimiento del producto y el compromiso del diseñador de poder concretar ideas, contribuyendo directa e indirectamente con las personas involucradas, con revalorizar objeto inanimados, en desuso u olvidados.

Una vez que la prenda esté finalizada, se pretende destinar los excedentes de tela para ser reutilizados como envoltorio de la prenda. Aunque puede suceder que sobre suficiente material como para que sea destinado a la *feria andrógina*, que pretende recolectar los retazos de todos los co-diseñadores y co-diseñadoras para posteriormente donarlos. Esto impulsa a reflexionar acerca del vínculo que establecen personas desconocidas entre sí que, sin saberlo, comienzan a hilar un bienestar mediante un objeto al que consideraban un desecho.

6.4 Diseñar para facilitar

Es importante motivar a las personas de manera que puedan realizar acciones que están a su alcance. El individuo puede comenzar a vestirse con prendas que sean parte de una

premisa personal y que, al mismo tiempo, están beneficiando a alguien desconocido. La prenda no sólo vale por una cuestión narcisista, propia de cada persona, sino que también adquiere otro valor simbólico: la integración de los individuos.

Es una alternativa que impulsa a los futuros y actuales diseñadores a ampliar el paradigma, con respecto a las posibilidades que se pueden realizar en la profesión. Los diseñadores no pueden lograr una economía estacionaria solos, sin embargo, pueden empezar a usar la economía para alcanzar la sustentabilidad, en lugar de dejar que la economía los utilice para seguir creciendo. (Thorpe, 2012).

Es una iniciativa que desvincula la posición del diseñador desde la cadena de suministro, para pasar a ser el centro del cambio, empleando sus habilidades de una manera diferente: anticipándose, organizándolo y contribuyendo a que sucedan cosas nuevas. Los diseñadores pueden ejercer, simultáneamente, el rol de facilitadores.

Conclusiones

Como parte del paradigma del que surge el proyecto, se plantea a la androginia como la contracara de la exclusión que históricamente ha generado la industria de la moda. Desde este punto de partida, lo andrógino impulsa la eliminación de los prejuicios y las diferencias para crear un marco de tolerancia y apertura social dentro del contexto de cambios inclusivos de esta era.

Es decir, que si bien la lógica de la industria aun es dominante, puede vislumbrarse una nueva predisposición al cambio en las generaciones más jóvenes que de a poco van evolucionando y tomando conciencia de la contracara del actual sistema de consumo masivo. Es en este contexto en el que surgen y proliferan cada vez más las propuestas, que ya dejan de tener una visión parcial de la realidad para tener una integral, favoreciendo la sustentabilidad, la conservación y cuidado del Medio ambiente, las condiciones de trabajo, y no sólo la rentabilidad económica.

Así es que los modelos de negocio como los del comercio justo encuentran terreno para expandirse en esta nueva sociedad. Y en el caso de la moda en particular, que es una industria que genera tantos perjuicios como ya se ha explicado a lo largo del trabajo, será una cuestión de tiempo que se produzca el cambio que, obligada la industria, deberá hacer hacia una producción y reproducción de prendas sustentables, desde su materia prima hasta el cuidado y posibles reutilizaciones del producto final.

De esta manera, la propuesta del co-diseño toma fuerza como alternativa viable y sustentable ante la necesidad de integración de las personas. Al involucrar al usuario en el proceso productivo, logra que este tome conciencia y sea parte de esa cadena de factores

que antes le era ajena y, al mismo tiempo, satisface necesidades reales y genuinas de cada persona. El diseñador o la diseñadora, por su parte, que se desarrollan como facilitadores en esta tarea, pasan a ocupar un papel interactivo en la difusión de esta nueva visión de la industria de la moda.

Teniendo en cuenta lo recién planteado, puede comprenderse como Laboratorio Andrógino trasciende al mero producto. Lo que plantea el proyecto es la adherencia a una nueva lógica de la industria, a un nuevo ordenamiento. Desde el hecho de volver a la unicidad de las prendas, de olvidar la producción en serie, de buscar la satisfacción de necesidades reales y no fomentar las ficticias, el Proyecto Profesional se basa en brindar un servicio al usuario, una experiencia de creación conjunta dentro de un marco sustentable e inclusivo.

Luego de haber indagado sobre las diferentes temáticas, se puede expresar que las personas deben dejar de acumular objetos que pertenecen a impulsos inducidos para satisfacer a una sociedad. Se debe comenzar a buscar la manera de beneficiarse, contribuyendo, al mismo tiempo, a mejorar la condición de las personas que lo rodean. La acción puede comenzar mediante la selección racional de las prendas que usa frecuentemente y las que ha dejado de utilizar. Probablemente, las prendas en desuso estén en buenas condiciones como para ser recicladas y reutilizadas. Por lo tanto, en vez de seguir con la premisa de tener más cosas, se podría convertir en un atributo de inclusión para su beneficio o para que sean otros los que puedan utilizarla, en vez de preservarla como un cúmulo innecesario.

A través de la indumentaria, se ha podido visualizar determinados sucesos en la historia en los que las personas pretendían manifestarse, denotando el desacuerdo y las implicancias que conllevaba vestir de una manera diferente. Esto pone de manifiesto que las tres funciones de las prendas, el atuendo, el pudor y la protección, posee una cuarta que es la

función simbólica. Esta última se debe a que previo a la Revolución Francesa, como se ha podido constatar, la magnitud de las luchas alrededor de los símbolos, implicaba otorgarles un nuevo significado o simplemente rechazarlos. En el caso de la comunicación política, la necesidad de simbolización comenzó mucho antes que la democratización, con el propósito de utilizar la indumentaria como un medio para visualizar el ordenamiento social. Fue en una época en que las mujeres pretendían ser consideradas como personas. Romper con las barreras, los límites vestimentarios, la Gran Renuncia masculina, el sometimiento de las mujeres y hombres a prendas patógenas. Estos, entre tantos episodios, constatan que la indumentaria representó la pertenencia y la ideología en la historia, como también las discordancias e injusticias regidas por el Poder.

La moda que ha constituido imágenes masivas que se reflejaban en centenares de espejos, quizá pueda dejarle como legado al hombre, luego de seiscientos años de vigencia, la capacidad de considerar el juego de las apariencias desde su propio estilo, permitiendo manifestar su personalidad. Una personalidad que “a partir de la fluyente unidad del espíritu, cuerpo, vestido, arte y entorno, le ofrezca la ansiada seguridad en sí mismo”. (Saulquín, 2010, p.264).

Es por lo anteriormente dicho, que se considera que la alternativa del co-diseño surge en un momento en que la sociedad reclama un cambio. Esto se debe a que los paradigmas actuales, tal como están, no contribuyen a mejorar la calidad humana, simplemente advierten una constante falta, promoviendo el exceso y la despersonalización.

Aún continúa perdurando la uniformización a través de la estandarización de las prendas de consumo, como sinónimo de imposición social. Es por ello que la cuestión reside en pensar en términos de diversidad mediante la creación de nuevos modelos que antepongan e incluyan a la persona dentro de un circuito de interacción y equidad.

Hasta aquí se ha intentado argumentar que las alteraciones de los patrones hegemónicos en las formas del vestir, conllevan a cuestionar la construcción histórica y social de las identidades sexuales binarias y de género. El trabajo ha abordado de manera sociológica e histórica algunos postulados que hacen referencia al rol que ha desempeñado y ,que continúa desempeñando actualmente, el uso de la indumentaria en el proceso de naturalización de las identidades de género binarias en Occidente.

Se concluye que la moda y sus cambios cíclicos en los códigos sociales no son solamente meros fenómenos estéticos y de consumo, sino también, encubren las luchas políticas por las construcciones de conciencia en torno a los valores sociales de los cuerpos, las sexualidades y los géneros que imagina un devenir identitario.

Lista de Referencias Bibliográficas

Allwood, J.M (2006) et al p.18 y 19. Citado por Fletcher y Grace

Allwood J.M, De Brito M.P, Laursen S.E y Malvido De Rodriguez (2005). Sustainable recovery of products and materials- escenario and analysis of the UK clothing and textil sectors, Design and Manufacture for Sustainable Development, 4º conferencia internacional, Newcastle, Reino Unido. Citado por Fletcher y Groce

Bard, Christine (2012). *Historia política del pantalón*. Buenos Aires: Tuquets editores S.A

Benaim, Laurence (1980). *Biografía Yves Saint Laurent*. Elle, 302.

Bourdieu, Pierre (1988). *El segundo sexo*. Madrid: Cátedra

Bosque Leandro (2012). *Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer*. Disponible en: [http://www.rae.es/rae/gestores/gespub000040.nsf/\(voanexos\)/arch50C5BAE6B25C8BC8C12579B600755DB9/\\$FILE/Sexismo_linguistico_y_visibilidad_de_la_mujer.pdf](http://www.rae.es/rae/gestores/gespub000040.nsf/(voanexos)/arch50C5BAE6B25C8BC8C12579B600755DB9/$FILE/Sexismo_linguistico_y_visibilidad_de_la_mujer.pdf)

Brisson, Luc (2005). *Platón, las palabras y los mitos*. Madrid: Abada.

Brown, Sass (2010). *Eco Fashion*. Barcelona: Blume S.L

Bronwyn, D (1989). *Sapos y culebras y cuentos feministas: los niños de preescolar y el género*. Madrid: Cátedra.

Buttler, Judith (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.

Chenoune Farid (1993) *Des modes et des hommes. Deux siècles d'élégance masculine*. Paris: Flammarion. Citado en: Bard, C. (2012) *Historia política del pantalón*. Buenos Aires: Tuquets editores S.A

Clay, J (2004). *World agriculture and the Environment*. Washington: Island Press.

Croci P., Vitale A. (2012). *Los cuerpos dóciles*. Buenos Aires: La marca editora.

Davies, Mel (1982). Corsets and conception: Fashion and demographic Trends in the Nineteenth Century. *Comparative Studies in Society and History*, 24 (4) 611-664.

De Laurentis, Teresa (1987). La tecnología del género. Disponible en: http://www.disidenciassexual.cl/wp-content/uploads/2009/03/Tecnologias_del_Genero.pdf

De Ventós, X.R (2007). *Teoría de la sensibilidad*. Madrid: Península.

Faiman, G (2010). *Diversidad sexual: Neoparentalidades y deseo de hijo*. Buenos Aires:Lugar.

Fletcher, Kate y Grose, Linda (2012). *Gestionar la sostenibilidad en la moda*. Barcelona: Art Blume.

Glocer Fiorini, L. (2010). Diversidad sexual: *Sexualidades nómades y transgénero: un desafío a la polaridad masculino/femenino*. Buenos Aires: Lugar

- Godart Frédéric (2012). *La sociología de la moda*. Buenos Aires: Edhasa.
- Goldschmidt, J. (2010). *Diversidad sexual: La sexualidad, distintas miradas psicoanalíticas*. Buenos Aires: Lugar.
- Harré, Rom. (1982). *Algunos principios básicos de la vida social*. Madrid: Alianza.
- Jenkin Jones, Sue (2005). *Diseño de moda*. Barcelona: Art Blume.
- Jong Nam, Lee (2004). *La ciencia de los tintes naturales: los tintes perfectos provienen directamente de la naturaleza*. *Koreana*, 14 (2), 60-63.
- Kaplan, Archie (1971). *Designing for Man in Motion*. *AIA Journal* 11. Citado en: Panero, J. y Zelnik, M. (1996). *Las dimensiones humanas en los espacios interiores*. México: G. Gilli S.A.
- La Santa Biblia (1982). *Versión readers Digest*. Madrid: Correcta Piel editorial
- Larraín, Sara (2002). *Equidad en un mundo frágil*. Disponible en: <http://www.chilesustentable.net/wp-content/plugins/downloads-manager/upload/equidad.pdf>
- Llavallo, Sofia (2012). *Design Your Self: estudio para la creación de indumentaria costumizada*. *Diseño & comunicación*. Escritos de la facultad n° 76 (2012). ISSN 1669-2306
- Kant Immanuel (2004) *Observaciones sobre lo bello y lo sublime*. México: FCE.
- Kuhn D., Wolf K.L (1959). *La forma y la simetría*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Kristeva, J. (1986). *The Kristeva reader*. Nueva York: Columbia University Press.
- Lipovetsky, Gilles (1997). *La tercera mujer*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles (2004). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Marino, P (2010). *La muerte de la moda, el día después (anexo)*. Buenos Aires: Emece.
- Martin, Alex (2009). *One-woman show against fashion*. Disponible en: <http://www.littlebrowndress.com/brown%20dress%20archive%20home.html/>.
- Mociulsky, Mariela (2010, diciembre). Internet. Relato siempre inconcluso: lo femenino y lo masculino. *Revista Mercado*, 48-49.
- Platón (1996). *El banquete*. México: Planeta.
- Real Academia Española. (2009) Internet. Disponible en: <http://rae.es/rae.html>
- Redalyc. (2009). *Declaración de los derechos de las Mujeres y de la ciudadana: Olympe de Gouges 1789. Para ser decretados por la asamblea nacional en sus últimas sesiones o en la próxima legislatura*. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 13, 267-279.
- Rivière, Margarita (1977) *Moda: ¿Comunicación o incomunicación?* Barcelona: Gilli. Citado por: Croci P. y Vitale A (2012) *Los cuerpos dóciles*. Buenos Aires: La marca editora.
- Sabsay, Leticia (2011). *Fronteras sexuales*. Buenos Aires: Paidós.

- Saltzman, Andrea (2004). *El cuerpo diseñado*. Buenos Aires: Paidós .
- Saulquin, Susana (2006). *Historia de la moda Argentina*. Buenos Aires: Emece.
- Saulquin, Susana. (2010). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: ISM.
- Sibilia, Paula (2005). *El hombre postorgánico*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Tatarkiewicz (1976). *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. Barcelona: Tecnos.
- UNESCO (2009). *El agua en un mundo en constante cambio*. Citado por: Fletcher, K. y Grose, L. (2012). *Gestionar la sostenibilidad en la moda*. Barcelona: Art Blume.
- Von Bustch O. (2008). *FASHION-able: Hactivism and engaged fashion design, thesis doctoral*. Suecia: Art monitor. Citador po: Fletcher K. y Grose, Linda (2012). *Gestionar la sustentabilidad en la moda*. Barcelona: Art Blume.
- Wong, Wucius. (1969). *Fundamentos del diseño Bi- y Tri-dimensional*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Zambrini, Laura (2010). Internet. *Modos de vestir e identidades de género: reflexiones sobre las marcas culturales en el cuerpo*. Nomadías, 11, 130-145.
- Zelcer, Beatriz (2010). *Diversidad sexual*. Buenos Aires: Lugar editorial S.A
- Zolla, Elemire (1990). *Angroginia, la fusión de los sexos*. Madrid: Debate.

Bibliografía

- Godart Frédéric (2012). *La sociología de la moda*. Buenos Aires: Edhasa.
- Hollen, Norma (1997). *Introducción a los textiles*. México: Limusa.
- Kant Immanuel (2004) *Observaciones sobre lo bello y lo sublime*. México: FCE.
- Kuhn D., Wolf K.L (1959). *La forma y la simetría*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Kristeva, J. (1986). *The Kristeva reader*. Nueva York: Columbia University Press.
- Le Betron, David (1992). *La sociología del cuerpo*: Buenos Aires. Nueva visión.
- Lipovetsky, Gilles (1997). *La tercera mujer*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles (2004). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama
- Marsal, Sonia (2003). *Moda & Cultura*. Buenos Aires: NobuKo.
- Picard, Dominique (1986). *Del código al deseo*. Buenos Aires: Paidós.
- Platón (1996). *El banquete*. México: Planeta.
- Real academia española (2009)
- Sabsay, Leticia (2011). *Fronteras sexuales*. Buenos Aires: Paidós.
- Saltzman, Andrea (2004). *El cuerpo diseñado*. Buenos Aires: Paidos
- Saulquin, Susana (2006). *Historia de la moda Argentina*. Buenos Aires: Emece
- Saulquin, Susana. (2010). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: ISM.
- Sibilia, Paula (2005). *El hombre postorgánico*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Sierra Gonzalez, A. (2008, diciembre). *Una aproximación a la teoría queer: el debate sobre la libertad y ciudadanía*. Cuaderno del Ateneo de La Laguna, 26, 31-32.
- Stolke, Verena (2004). *La mujer es puro cuento: la cultura del género*. Disponible en: <http://www.scielo.br/pdf/ref/v12n2/23961.pdf>
- Stoller, R. (2006). *Acerca del género como categoría analítica*. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/nomadas/13/yhgarcia.pdf>
- Walzer, Alejandra (2009). *La belleza: de la metafísica al spot*. Barcelona: Octaedro S.L
- Wong, Wucius. (1969). *Fundamentos del diseño Bi- y Tri-dimensional*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Zambrini, Laura (2010). Internet. *Modos de vestir e identidades de género: reflexiones sobre las marcas culturales en el cuerpo*. Nomadías, 11, 130-145.
- Zelcer, Beatriz (2010). *Diversidad sexual*. Buenos Aires: Lugar editorial S.A

Zolla, Elemire (1990). *Angroginia, la fusión de los sexos*. Madrid: Debate.